

# NOHU İFAD

*Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*

Cilt: 3 | Volume: 3  
Sayı: 2 | Issue: 2  
Haziran 2024 | June 2024

THE DARK SHADOW OF THE LIBERAL NARRATIVE IN THE HISTORIOGRAPHY OF THE OTTOMAN PRESS

2024 İZMİR YEREL SEÇİMLERİ BAĞLAMINDA YOUTUBE ETKİLEŞİMLERİNE DAİR BİR İNCELEME

MEDYA PSİKOLOJİSİ ÇERÇEVESİNDE SAĞLIKTA SÖZEL ŞİDDET KAPSAMINDA DOKTORLARA YÖNELİK OLUMSUZ SÖYLEMLERİN YENİDEN ÜRETİMİ: HABER MEDYASI VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ



# NOHU İFAD

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

E-ISSN: 2822-5422

**Yayımlayan Kurum:**  
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

**Yayımcı:**  
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Baş Editör/Yetkili:**  
Doç. Dr. Ozan YILDIRIM

**Web sitesi:**  
[www.ohu.edu.tr/nohuifad](http://www.ohu.edu.tr/nohuifad)

**E-mail:**  
[nohuifad@ohu.edu.tr](mailto:nohuifad@ohu.edu.tr)

**Telefon:**  
0388 225 20 12  
0388 225 20 47  
0388 225 30 58

**Tarandığı indeksler:**



# NOHU İFAD

Dergi Kurulları

**Sahibi:**

Prof. Dr. Hasan USLU (Rektör)

**Yazı İşleri Müdürü:**

Prof. Dr. Ziya AVŞAR

(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı)

**Baş Editör:**

Doç. Dr. Ozan YILDIRIM

**Editör Yardımcıları:**

Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL

Arş. Gör. Dr. Serhat MADRAR

**Alan Editörleri:**

**Gazetecilik ve Medya Çalışmaları:**

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BÜYÜKAFŞAR

**İletişim Çalışmaları:**

Doç. Dr. Ozan Yıldırım

**Hakla İlişkiler ve Reklamcılık:**

Dr. Öğr. Üyesi Işıl Horzum KOŞAR

**Radyo, Televizyon ve Sinema:**

Doç. Dr. Yavuz AKYILDIZ

## **Danışma ve Bilim Kurulu:**

- Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer ÖZER (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fatih KESKİN (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KALENDER (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Başak SOLMAZ (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şadiye DENİZ (Ege Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet ÖZÇAĞLAYAN (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kazım Özkan ERTÜRK (Düzce Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet FİDAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Figen Ünal ÇOLAK (Anadolu Üniversitesi)  
Doç. Dr. Nuri Paşa ÖZER (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yalçın LÜLECİ (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Alpaslan Hamdi KUZUCUOĞLU. (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)  
Doç. Dr. Rengim Sine NAZLI (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bahar URHAN (Akdeniz Üniversitesi)  
Doç. Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER (Selçuk Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Meltem GÖNDEN (Sakarya Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gökçen ATUK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Havva Nur TARAKCI (Selçuk Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Nagihan TUFAN YENİÇIKTI (Selçuk Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Selçuk ÇETİN (Yozgat Bozok Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Semanur SİVRİTEPE (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Selahattin OKUROĞLU (Kocaeli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Berna BERKMAN KÖSELERLİ (Giresun Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hülya ERASLAN (Ankara Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Anıl Kaan UÇAR (Ordu Üniversitesi)  
Dr. Aylin Yıldırım AYKURT (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı)  
Dr. Vedat GÜLTEKİN (Ankara Üniversitesi)  
Dr. Dilek ULUSAL (Kırıkkale Üniversitesi)

## **Yabancı Dil Editörü:**

Doç. Dr. Selen Gökçem AKYILDIZ

## **Türkçe Dil Editörü:**

Doç. Dr. Duygu ÜNALAN

## **Teknik Sorumlu/Mizanpaj:**

Dr. Vahdet Mesut AYAN

## Editör'den

Değerli okurlarımız ve araştırmacılar;

NOHU İFAD'ın beşinci sayısını yılın son günlerinde sizlerle buluşturmanın heyecanını yaşıyoruz. Bu sayımızda iletişim alanını tarihsel ve disiplinlerarası ele alan çalışmalar yer almaktadır.

Bu doğrultuda ilk çalışma Cem Evrim Aslan'ın "THE DARK SHADOW OF THE LIBERAL NARRATIVE IN THE HISTORIOGRAPHY OF THE OTTOMAN PRESS" başlıklı çalışmasıdır. Aslan, Osmanlı basınının kalıplaşmış yargılarını sorgulayarak liberal anlatının tarih yazımı açısından yarattığı sorunları irdelemektedir.

Sezer Deniz Türsen, Nevzat Onur Çapalov ve Özlem Ozan, "2024 İZMİR YEREL SEÇİMLERİ BAĞLAMINDA YOUTUBE ETKİLEŞİMLERİNE DAİR BİR İNCELEME" isimli çalışmalarında yeni medya ve siyasal iletişim perspektifinden hareketle konvansiyonel medyaya alternatif olan yeni iletişim ortamlarının siyasal iletişim için yarattığı yeni imkanları yerel seçimler bağlamında incelemektedir.

Sayımızın son çalışması olan "MEDYA PSİKOLOJİSİ ÇERÇEVESİNDE SAĞLIKTA SÖZEL ŞİDDET KAPSAMINDA DOKTORLARA YÖNELİK OLUMSUZ SÖYLEMLERİN YENİDEN ÜRETİMİ: HABER MEDYASI VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ" isimli makalede ise Elif Hatice BAHÇECİOĞLU son dönemin önemli bir problemi olan sağlıkta şiddet konusuna eğilmiştir. Bu doğrultuda Bahçecioğlu, sağlık çalışanlarına yönelik haberleri Kültürel Göstergeler teorisi kapsamında haber medyası ve sosyal medya ekseninde incelemektedir.

Bu sayımızın iletişim alanına katkı sağlamasını umuyor ve Haziran sayısı için çalışmalarınızı bekliyoruz.

**NOHU İFAD Dergi Editörlüğü**

# İÇİNDEKİLER

<b><i>THE DARK SHADOW OF THE LIBERAL NARRATIVE IN THE HISTORIOGRAPHY OF THE OTTOMAN PRESS</i></b>	149
Cem Evrim ASLAN	
<b><i>2024 İZMİR YEREL SEÇİMLERİ BAĞLAMINDA YOUTUBE ETKİLEŞİMLERİNE DAİR BİR İNCELEME</i></b>	165
Sezer Deniz TÜRSEN, Nevzat Onur ÇAPALOV, Özlem OZAN	
<b><i>MEDYA PSİKOLOJİSİ ÇERÇEVESİNDE SAĞLIKTA SÖZEL ŞİDDET KAPSAMINDA DOKTORLARA YÖNELİK OLUMSUZ SÖYLEMLERİN YENİDEN ÜRETİMİ: HABER MEDYASI VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ</i></b>	185
Elif Hatice BAHÇECİOĞLU	

# THE DARK SHADOW OF THE LIBERAL NARRATIVE IN THE HISTORIOGRAPHY OF THE OTTOMAN PRESS

Cem Evrim ASLAN\*

## OSMANLI BASIN TARİHYAZIMINDA LIBERAL ANLATININ KOYU GÖLGESİ

### Abstract

There are some stereotypical assumptions in the study of Ottoman press history. These assumptions are mainly based on the late arrival of the printing press in the country, the absence of a European-style urban bourgeoisie, low literacy rates and the weakness of the press because modernization was top-down. In essence, these conclusions stem from the liberal historiographical tradition, which sees history as a straight line of progress, capitalization and emancipation. This narrative, which emerged in England as liberal press theory -the Whig/Liberal narrative- was added to methodological nationalism with the paradigm of regression in Ottoman historiography and in debates on Ottoman Turkish modernization, it is often repeated that the press was an ineffective extension of political events, established by top-down interventions as a result of external developments. This study, therefore, discusses the main problems of the liberal narrative tradition in the historiography of the Ottoman press through content analysis and attempts to show the important common problems that the liberal narrative poses for the historiography of the Ottoman press.

**Keywords:** Ottoman Press, Historiography, Liberal Narrative, Regression Paradigm, Methodological Nationalism.

### Özet

Osmanlı basın tarihi çalışmalarında kalıplaşmış bazı kabuller söz konusudur. Bunlar ana hatlarıyla; ülkeye matbaanın geç gelmesi, Avrupa benzeri kent burjuvazisinin olmaması, okuma-yazma oranı düşüklüğü ve modernleşmenin tepeden inme olduğu gerekçesiyle basının zayıf kaldığına yöneliktir. Bu çıkarımlar, özünde tarihi düzçizgisel ilerleme, kapitalistleşme ve özgülleşme yolu olarak gören liberal tarihyazımı geleneğinden kaynaklanmaktadır. İngiltere'de liberal basın kuramı -Whig/Liberal anlatı- olarak beliren bu anlatı, metodolojik milliyetçilik ve Osmanlı tarihyazımındaki gerileme paradigmasına da eklenerek Osmanlı-Türk modernleşmesi tartışmalarında, sıklıkla basının dış gelişmelerin bir sonucu olarak tepeden müdahalelerle kurulan, etkisiz, siyasi olayların uzantısı bir karakterde olduğunu tekrarlamaktadır. Bu çalışma ise Osmanlı basın tarihyazımında liberal anlatı geleneğinden hareketle ortaya konan çalışmalardaki temel problemleri içerik analizi yöntemiyle ele almakta ve böylece liberal anlatının, Osmanlı basın tarihyazımı açısından yarattığı önemli ortak sorunları göstermeye çalışmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Basını, Tarihyazımı, Liberal Anlatı, Gerileme Paradigması, Metodolojik Milliyetçilik.

\*Asst. Prof., Zonguldak Bülent Ecevit University Faculty of Communication, aslancevrim@gmail.com, Orcid: 0000-0002-0451-9112.

Makale Geliş Tarihi: 14.07.2024, Makale Kabul Tarihi: 24.09.2024

## Introduction

The fact that the press is often treated as a simple projection of government policies in discussions of modernization in Türkiye is a natural consequence of the assumptions and historiographical practices inherent in media and press historiography. This is because there are still approaches in media and press historiography that normalize the reduction of the press to useful archival material. Moreover, this situation is not unique to the historiography of the Ottoman press in Türkiye but also refers to a more widespread situation stemming from the liberal perspective of press and media historiography. This interdisciplinary perspective with its triumphant historiographical approach, treats what is seen at the end of history as what should have been and thus ideologically legitimizes the outcome. James Curran (2002, 136) argues that this progressive and developmentalist motif is the most common perspective in media historiography.

The liberal historiographical approach, which originated in the fields of science, philosophy and politics, subsequently permeated the domains of history and media historiography, initiating a comprehensive examination of historical processes in a teleological manner. Herbert Butterfield (1931, 11-12) was among the first to draw attention to this situation. He criticized the liberal narrative as the "Whig/liberal interpretation of history" arguing that the liberal narrative, especially in the historiography of England, adopted the Whig interpretation after creating a dichotomy between Tories and Whigs, Catholics and Protestants. Nevertheless, this historical narrative which originated in England, presented itself as a justification of capitalism and would subsequently have a profound impact on all media and historiographical practices. Consequently, it is imperative to examine and elucidate this narrative tradition which exerted a profound influence on Ottoman press historiography through the established press history studies in Türkiye. This is necessary to address the related issues. This study, which employs descriptive content analysis will initially examine the adverse consequences of the methodological nationalism perspective

which has been pervasive in media and press historiography from the liberal narrative and political science. The study will concentrate on works of press historiography that deal with the advent of the first printing press and the inaugural official newspaper. The following sections will endeavor to demonstrate the manner in which these effects have permeated both general media historiographical practices and the historiography of the Ottoman press, particularly in conjunction with the established regression paradigm within Ottoman historiography.

### **The Impact of Liberal Narrative and Methodological Nationalism in Media and Press Historiography**

The liberal narrative posits that the press became independent from the state by generating its own revenue through advertising in the capitalist market. In this manner, the press, no longer constrained by censorship assumed the role of a watchdog for democracy, functioning as the fourth power. This process unfolded in a linear manner, exemplifying the triumph of liberalization. Torr (2000: 56) criticizes this narrative as a reduction of history to mere progress. Accordingly, the liberal narrative posits that the press can only be truly independent if it becomes independent from the state. To achieve this, it must be a capitalist market based on a parliamentary system. In essence, the argument posits that the press can serve as a fourth force in the defense of the public interest. This line of development has been endorsed by the most advanced capitalist countries, including the UK and the US. The most significant argument is that the press became independent from the state and became the voice of the people as a consequence of Britain's transition to a parliamentary system, the limitation of the royal powers, and the increase in advertising revenues due to the development of the capitalist market.

The argument that the press in the US has succeeded in becoming independent from the state by ensuring democratization through penny newspapers since the 19th century is the second most prominent argument of the liberal theory. According to Bark-



er and Burrows (2002: 9), although there was a public sphere in most of Europe in the 18th century that had long been formed through reading culture, the liberal narrative associates the formation of the public sphere with the spread of newspapers in the capitalist market in the 19th century. Thus, the liberal narrative attempts to measure the development of the press by its success in joining the capitalist market. Burrows (2002: 24-27) offers a critique of this perspective, noting that even prior to the French Revolution, numerous French newspapers were widely circulated in various countries.<sup>1</sup> Dutch newspapers were readily accessible in Ottoman port cities and the *Courier de Londres*, which published in Egypt during the Napoleonic Wars, were read in Egypt and Tunisia. Therefore, it is problematic to limit the conception of newspaper circulation and readership to certain countries and certain economic stages. Patricia L. Dooley (1997: 1) posits that the historiography of the press in the 19th century in the US has constructed a narrative of centrality over the US as the press in the US is dealt with only in relation to politics. Consequently, in the absence of a parliamentary system similar to that of the UK and the US or a developed capitalist advertising market, the press is regarded as a passive, state-extended medium. Furthermore, the liberal narrative frequently fails to acknowledge instances that deviate from the predetermined trajectory it has established. As Taş (2010: 47) notes, the commercial press's development in the 1880s led to a shift in the nature of newspapers which became increasingly apolitical in order to appeal to a broader audience. This period also saw the emergence of journalistic norms such as neutrality, impartiality, balance and accuracy. It is, therefore, erroneous to assume that these institutions were already in place in the UK and the US from the outset.

The argument that the abolition of taxes by the bourgeoisie facilitated the emergence of a free press is also a central tenet of the liberal narrative. In England, the imposition of *Taxes on Knowledge* commenced in 1712 and was subsequently rescinded in 1855. The liberal

narrative posits that the *Taxes on Knowledge*, which comprised four taxes—stamps, pamphlets, advertising and consumption—could only be abolished with the development of the capitalist market which was led by the bourgeoisie. As Jean K. Chalaby (2002: 13) notes, this argument does not account for the circumstances in England between 1800 and 1830, a period during which the working-class press was at its most dynamic. The imposition of taxes on the working class due to their low purchasing power resulted in a shift away from the purchase of newspapers individually. This led to the emergence of a thriving black market for newspapers which in turn led to a press boom. The liberal narrative posits that the abolition of these taxes at the behest of the bourgeoisie led to a boom in the press. However, the corresponding movement in the working-class press was made possible by taxes. Furthermore, this contrast is indicative of the liberal narrative's failure to address the issue of ownership in the media.

James Curran (2005: 4) notes that the liberal narrative places greater emphasis on the liberation of individuals from state control than on the ownership of the media. However, he asserts that the events of the 19th century did not constitute a genuine exercise of freedom of the press. The events of the 19th century represent a period of transition in the state, as it moved from an aristocratic to a market-based system. During this period, the press was freer than it had been previously. However, the liberal narrative reads this relative freedom as a historical necessity. Bingham (2015: 22) posits that, despite the prevailing narrative of independence from the state, journalists and broadcasters remained largely organically linked to the existing political forces and elites. However, this link has not been sufficiently emphasized in media historiography which is dominated by a media-oriented narrative. As observed by Rachel Matthews (2015: 241), the industry has opted to define its role as that of the fourth estate rather than as a conduit for power in the press and a source of increased advertising revenues. Nevertheless, technological

<sup>1</sup>See Simon Burrows (2002: 24) for a list of regularly read French-language newspapers in different countries.

advancements during this period, such as the telegraph and the railroad, were, in fact, instrumental in enabling the press to gain a share of the growing capitalist market volume.<sup>2</sup> Therefore, it is problematic to naturalize the process by excluding all these factors. Ward (2014: 6) posits that while liberal theory purports to describe the liberal press, in fact, it describes the most liberal press, which is, in essence, an adaptation of liberalism to the press. As a stateless economy is the optimal economic system for liberalism, a stateless press is the freest press. In this context, numerous other countries have been evaluated in terms of their development of the press with regard to their alignment with liberalism and their adaptation to the capitalist market. For instance, in the US due to the advanced capitalist market, there has been a tendency for the press to be liberalized with the advent of penny newspapers. In contrast, John C. Nerone (2009: 377-378) posits that this approach is a mythological narrative as it fails to acknowledge the pervasive dissemination of partisan political views through newspapers and pamphlets that emerged during the American Revolution (1776). Nerone even reads the emergence of the penny press should not be understood as a phenomenon driven by the bourgeoisie but rather as a parallel development to the increased demand for reading among the working class, which was becoming more densely populated in urban areas. In contrast, the liberal narrative attempts to attribute this development solely to the bourgeoisie, thereby avoiding the issue of class.

If the advancement of freedom of the press and the proliferation of newspapers can only be achieved through independence from the state, it may be possible to invalidate the liberal narrative based on examples that do not conform to it. Schudson (2002: 485) posits that the number of newspapers per capita in Scandinavia and Japan in the 19th century was considerably higher than in the US and Europe. This observation challenges

the conventional wisdom that these countries should be lagging behind the US and Europe in terms of the power and development of the bourgeoisie. In his work, Huffman (1997: 24) notes that even in the 18th century, a substantial distribution and sales network for books existed in Japan. Nevertheless, it was not the capitalist market that facilitated this outcome; rather, it was Japan's internal balance and feudal structure. As a *daimyo*, *Bakufu* also sought to unify Japan by exerting influence over other principalities. This ensured the dissemination of various newspapers, pamphlets and books to rural communities. Consequently, the dissemination of information in Japan began to generate its own internal market.

As can be observed, even in countries where the liberal press narrative is dominant, there are numerous instances that do not align with the narrative. However, this narrative is not simply a debate inherent in the historiography of the press; it has also permeated the debates in history and political science.<sup>3</sup> Furthermore, this approach attempts to elevate the narrative to the level of truth by evaluating societies and countries according to a necessary straight-line progression distance whose ultimate goal is modernization and enlightenment. In essence, this approach attempts to analyze without considering the specific conditions of countries and societies, and without opening the concepts of modernization and development to discussion. One of the common problems in this approach is methodological nationalism. Methodological nationalism is a pervasive phenomenon within the social sciences that normalizes nation-state-based thinking and attempts to explain and legitimate social theory from the perspective of the nation-state. Consequently, the emergence of nation-states during the process of modernization is not perceived as an eventuality resulting from modernization but rather as its intrinsic purpose. As a result, this perspective introduces an anachronistic dilemma.

<sup>2</sup>Schudson (1981: 35) also observes that the liberal narrative attempts to naturalize the entire process by ascribing an autonomous character to technological developments.

<sup>3</sup>As the most prominent illustration of this methodology, Siebert et. al. (1963) offer a Cold War-era analysis that conceptualizes the press as the voice of the free world when it aligns with the capitalist bloc.

Wimmer and Schiller (2003: 576) posit that methodological nationalism strives to align not only countries and societies, but also the researcher with the perspective of the nation-state in which the researcher is embedded. This focus is particularly evident in the analysis of the nation-states that emerged in Europe during the 20th century. Consequently, the researcher assumes the role of either defender or objector to the problem they are attempting to comprehend and make sense of. However, this is not a conclusion that can be drawn from the research itself; rather, it is an expression of the attitude that the researcher held prior to the research which was influenced by the research. Furthermore, the objective of academic research and the generation of knowledge is not to disseminate, democratize, or discuss knowledge but rather to serve the interests of the nation. As Giddens (1981: 12) notes, methodological nationalism which gained prevalence in the wake of the 1970s, coinciding with the advent of globalization and neoliberalism, encompasses the aspiration to impose the nation-state on the global stage as a necessary consequence of modernization through capitalism. However, it is important to note that the nation-state is a phenomenon that originated in Europe. Therefore, any location where the capitalist market is unable to flourish, where the state structure is unable to evolve into a nation-state, or where the process of transformation is impeded will remain economically and politically underdeveloped. This will result in a lack of autonomy and influence with the region becoming a fourth power and expressing the demands of public opinion in accordance with the liberal press narrative. Consequently, the press in countries where the capitalist market is not well-developed and there is no nation-state will remain relatively weak and inadequate in terms of becoming independent from the state and voicing the demands of public opinion as the fourth power. Chernilo (2011: 102) posits that in this narrative which the nation-state is absolutized, there is an error in evaluating nations and history

without the Braudelian definition of the *longue durée*.<sup>4</sup> This is because a narrative that is spatially and conceptually restricted to the nation-state will tend to ignore alternative narratives or development processes.

The fallacy of analyzing nation-states as if they existed in their current form a century ago via methodological nationalism has also been adopted by the historiography of the press. Consequently, when analyzing the press of a multiethnic empire, the nation that constitutes any nation-state that is still a remnant of that empire today is evaluated as if it were the center or the only member of that empire. For instance, Benlisoy (2020: 89) posits that newspapers and magazines printed in Karamanli Turkish<sup>5</sup> during the Ottoman Empire are not accorded sufficient importance in Türkiye today due to the dominance of nation-state historiography. Similarly, the newspapers published by Armenians, Greeks, Jews, Levantines, Circassians, Kurds and other nationalities, who were citizens of the empire, were not included in contemporary Ottoman press historiographical debates. This stance can be attributed to two key factors: Firstly, the perception of Turkish language publications as the most and unique prolific, influential in terms of press activities, and secondly, the nation-state perspective. As a consequence of the fact that nations deal with their own history only in their own languages, languages that belonged to the same country not long ago are ignored. Wimmer and Schiller (2003: 287) highlight the fact that approaches that focus on the nation-state often fail to take account of ethnic differences. The field of historiography is thus constrained by a limitation problem based on methodological nationalism. According to Beck (2007: 287), this problem of delimitation is due to the fact that a country compares itself with other countries through sharp borders. As a result, methodological nationalism posits that the world is constituted by nation-states and that humanity is structured through these nation-states.

<sup>4</sup>The concept that refers to the historiographical approach of the French Annales School, which prioritises long-term historical structures behind events.

<sup>5</sup>A dialect of Anatolian Turkish spoken by Karamanites and Cappadocian Greeks. They used Greek letters to write in Turkish.

## The Liberal Narrative Shaping the Historiography of the Ottoman Press

The Ottoman press has long been a forum for the articulation of a worldview that is informed by the drawing of borders. The tendency to view the empire as a monolingual, mononational nation-state is a consequence of methodological nationalism which has been a dominant approach in established academic studies. This perspective has also been shaped by the liberal narrative which has cast the press as relatively ineffective and passive. This assessment is based on the observation that the press was not integrated into the capitalist market as quickly as in some European countries or that parliament was not established for a long time, as in the case of England. Yüksel (2021: 52) notes that there is a paucity of comprehensive studies on the historiography of the Ottoman press. This is due to the fact that numerous countries that emerged after the collapse of the Ottoman Empire also adopted nation-state-centered historiography. Methodological nationalism, which limited the empire's borders to a single language and, moreover, a single dialect from the 19th century onwards, led to an illusion in which the multilingual and permeable structure of the empire was ignored. In addition, the researcher's focus on press activities in the empire from this perspective leads to the omission of other ethnic elements or the press activities of political exiles residing in that country, depending on the researcher's country of citizenship. For instance, the newspapers published in various languages by intellectuals who immigrated to İstanbul as exiles from Iran and engaged in extensive and impactful press activities there or by Ottoman intellectuals who were compelled to leave İstanbul for Paris are often regarded as if they occurred outside the empire and detached from the imperial context. Moreover, the perspective of researchers who cannot analyse the texts of the period because they cannot read Ottoman Turkish constitutes a significant problem in the field of contemporary press history studies.

Karagöz-Kızılca (2016: 77) notes that the liberal narrative and methodological nationalism have contributed to the problematic

treatment of press activities in the empire. The influence of the orientalist perspective has led to the perception that both the empire itself and its rulers were passive and static, justifying the interventions of the West, which was seen as active. In a similar vein, the liberal narrative's adaptation of the modernization process observed in certain European regions as a schematic necessity of progress to the historiography of the Ottoman press and its subsequent demonstration of newspaper subscriptions or the number of newspapers as a legitimizing evidence for the passive press, is the result of the same perspective. Yüksel (2021: 35) highlights this issue and notes that while poems were disseminated through newspapers, the historiography of the press does not address poems because they are considered to be part of the field of literature. Indeed according to him while some poems carry highly effective political messages, for example, the Kurdish oral tradition of *dengbejs* traveling along the Turkish-Iranian border to inform people about the latest political developments is easily ignored on the grounds that it is not a written activity.

As can be seen, the limiting effects of the liberal narrative and the perspective based on methodological nationalism in Ottoman press historiography are still the main reasons for ignoring or failing to see possible alternatives and debates in the Ottoman modernization process. It is important to recognize that without a concerted effort to address this issue, discussions on modernization in the Ottoman Empire or the historiography of the press will continue to present significant challenges. Undoubtedly, there have recently been individual or collective efforts to overcome these problems, such as Kebikeç's six-volume *Osmanlı'da Türkçe Dışı Süreli Yayınlar (2020-2023)*. Nevertheless, in order to address these issues, studies that analyze in detail the works written directly on the historiography of the Ottoman press remain scarce and inadequate. Indeed, the historiography of the Ottoman press from the first newspapers to the collapse of the empire, continues to emphasize that the press acted as a passive extension of the state. In this context, the activities of *Takvim-i Vekâyi*,

the first official newspaper founded by Mahmud II in 1831, are mostly seen as a simple extension of modernization efforts. According to Karagöz-Kızılca (2016: 76), the fiction that the Ottoman sultans passively followed the modernization process is an extension of the "sick man of Europe" approach. In support of this, press historiography perpetuates the understanding that the press is a simple reflection of what happens in state power and evaluates the actors of modernization as politicians, soldiers and bureaucrats. So, following the example of England and the US, both the Ottoman Empire and its press are portrayed as declining, ignorant of world developments, and therefore deserving of what happened to them. This approach is particularly influenced by the regression paradigm in the field of history and has become a dominant feature of the historiography of the press.

It is, in fact, the case that Rifat Abou El-Haj's pioneering work against the regression paradigm, which was fed by the liberal narrative, demonstrated that the power structure in the Ottoman Empire was not in the hands of the omnipotent sultan, especially during the so-called decline period. Furthermore, it was emphasized that this entire process should be read in conjunction with changes in the internal bureaucratic structure. Donald Quataert (2020) demonstrated that in contrast to the prevailing paradigm of decline, the Ottomans were not merely passive observers of the Industrial Revolution but rather made numerous initiatives and efforts to adapt to the new era although not to the same extent as European states. Baki Tezcan (2011) challenged the prevailing stereotypes of the period of stagnation and decline, arguing that the pace of scientific developments was constrained by the struggle for power within the established order. In his study on the inconsistency and partiality of the layihâs and nasihatnâmas on which the regression paradigm is based, Douglas A. Howard (2011) revealed fundamental contradictions in the paradigm's basic tenets. And Suriya Faroqhi (2010) drew attention to the importance of reading this process because of internal conflicts between Mahmud II and the a'yan rath-

er than as an external imposition in overcoming the regression paradigm.

In addition to the aforementioned studies, there are numerous other studies that challenge the regression paradigm. Nevertheless, the influence of the regression paradigm on the historiography of the press remains significant, despite the fact that it has begun to lose its influence in the field of history. Indeed, a number of the most significant studies in Turkish literature which align with the liberal narrative and the regression paradigm, have treated the press as if it had emerged in a backward country under the coercion of the state. While these initial studies offer a valuable overview of the subject matter, they are ultimately limited in their ability to demonstrate that state support for the press was driven by a genuine concern about the public's perception. For this reason, the press has no place in studies of Ottoman history that focus on military, political, diplomatic, or economic aspects. When it is included, it serves a purely decorative role as an extension of modernization. Furthermore, the methodological evaluation of the studies is influenced by the presence of sharp scientific boundaries. The majority of studies on the history of the press and the historiography of the press continue to originate from the fields of history and political science, rather than from those of media and communication. In consequence, the historiographical traditions of these fields have also informed the traditions of media and press historiography. Even before the advent of the first printed official newspapers, this situation is evident in the discourse surrounding the introduction of the printing press to the Ottoman Empire.

The opening section of the narrative is condensed to a single scene in which Yirmisekiz Mehmed Çelebi encounters a printing press during his journey to France with his son Sait. He subsequently established the printing press in the Ottoman Empire in 1727. According to Ahmet Emin Yalman (2018: 11), the printing press was not introduced until a considerable period after its invention due to the clergy's perception of its irreligious nature. However, neither Yalman nor any sub-

sequent commentators could demonstrate a single instance of institutional rejection of the printing press by the clergy during this process.<sup>6</sup> Furthermore, they were unable to provide an explanation for the state's apparent lack of opposition to the fact that the Jews had already owned printing presses in the Ottoman Empire for centuries, initially through commercial activities of the Jews and subsequently by the churches to which the Greeks and Armenians were predominantly affiliated. Niyazi Berkes (2018: 61) identifies this issue and attributes the state's reluctance to embrace the development of the printing press particularly among Muslims, to concerns about the potential impact of the printing press on the Reform Wars in Europe and the risk of Ottomanism being undermined in a multi-ethnic, multi-faith country.<sup>7</sup> The fiction of discovering the printing press that existed in his own country when he traveled to Europe placed the historiography of the press in a problematic position, as it looked for reasons outside the context rather than within it. Furthermore, the effort to explain the reason with religious opposition also elevated a frequently repeated error to the level of truth. Similarly, Koloğlu (1987: 24) also highlights this issue, suggesting that the advent of the printing press was influenced by economic and political factors. From an economic standpoint, the introduction of the printing press posed a threat to the livelihoods of calligraphers and guilds while from a political perspective, it could ignite religious debates that could potentially harm the country's multinational structure. Babinger (2004: 9), tends to explain the reason with the internal conditions of the country, arguing that this work was prevented due to the commercial concerns of the guild of the scribal. As can be observed, the functioning of the printing press in the Ottoman Empire indicates a distinctive situation characterized by numerous internal contradictions. Kocabaşoğlu (2004: 140-162) highlights these contradictions and notes

that the development and utilization of the printing press in the Ottoman Empire, even within the country, differed according to regions. Furthermore, it experienced a distinctive development, particularly in areas where missionary schools were located.

The issue of the printing press which can be identified as a consequence of the liberal interpretation of progress, can also be observed in the initial newspaper debates. When comparing European states with the Ottoman Empire, everything is subjected to a comparison according to the Western-centered modernization template without considering the internal dynamics, specific conditions, internal contradictions and unique development processes. The approach that the press was established by the state as a necessity of modernization in order to foreign interventions and that it did not have much of an impact on the public can be seen in Hıfzı Topuz's work. According to Topuz, the reason for the publication of *Takvim-i Vekâyi* was external developments:

Why was *Takvim-i Vekâyi* published? The press in foreign countries had a history of two hundred years. Those who followed foreign events through newspapers would announce them to the Sultan. In those years, the French newspapers published in İzmir had also caused wide repercussions. It is understood that these events influenced the Sultan (2015: 15).

The assertion that the first official newspaper emerged as a result of the personal decision of Mahmud II in response to the events in Europe is an example of the regression paradigm which derived from the liberal perspective, being introduced into the history of the press. In this light, Kocabaşoğlu (2004: 46) posits that the advent of the newspaper in the Ottoman Empire was driven by a desire for modernization from above, namely the

<sup>6</sup> As an early example of this, Beydilli (2003: 107) posits that although there are rumours that printing in Arabic script was forbidden during the reigns of Bayezid II and Selim I, there is no extant document that corroborates this assertion.

<sup>7</sup> Berkes's argument is based on the premise that Sabatay Sevi's teachings were disseminated through the printing press particularly in Salonica, creating a challenging situation for the state. Berkes (2018: 59) characterizes this as "the state's allergy to the printing press."

Sultan's personal desire. However, Mahmud II who ascended to the throne following the assassination of Selim III by the janissaries and the signing of the *Sened-i İttifak* (1808) with the a'yan, initiated the newspaper not because of external factors but as a consequence of the internal conflict between the palace, the janissaries and the a'yan. The Sultan was concerned that the implementation of centralist policies, which were designed by him to eliminate threats to his power, would result in the loss of public support. This was compounded by the destruction of the Janissary Corps in 1826 and the publication of the first official Ottoman Turkish newspaper *Vekay-i Mısriyye* in 1828 by the Governor of Egypt Kavalalı Mehmed Ali Pasha who had emerged as a rival to the Sultan and sought to explain his reforms to the public. The Sultan had already begun to be known as the "Giaour Sultan" due to a series of liberal economic measures; the emphasis on the equality of the subjects, the change in the dress code and several other innovative reforms. Therefore, the Sultan was looking for a way to legitimize the reforms. As a result of this fear of the public, *Takvim-i Vekâyi* was published to announce the reforms to everyone and even to legitimize the reforms by resorting to absurd news for this purpose.<sup>8</sup> In contrast to the prevailing notion that the newspaper was intended solely for civil servants, the fact that it was to be published in six different languages and sultan's directive to emphasize plain language in conveying his travels to the public, as highlighted by Koloğlu (n.d.: 54), substantiates this assertion.

The fact that *Takvim-i Vekâyi* references developments in Europe, sciences and literary issues in order to inform the public and civil servants, as well as to encourage the public to adopt the reforms, also indicates that the newspaper emerged as a result of internal developments rather than foreign intervention. The manner in which the newspaper pre-

sented the developments in Europe, focusing on the internal dynamics of the empire and portraying the conflicts with Governor of Egypt Mehmed Ali Pasha as a minor internal problem, serves to corroborate this assertion. Nevertheless, Mithat Atabay (2015: 5) presents a similar argument to that of Topuz, namely that the objective of the newspaper was to elucidate the reforms to Europe. However, this argument is insufficient to explain the fact that the newspaper was published in the most widely used languages in the empire, often with religious emphasis. Indeed, it can be observed in the news that Mahmud II sought to safeguard himself from potential domestic repercussions and criticism by emphasizing the caliphate at an earlier point in time than Abdülhamid II.<sup>9</sup>

Another factor to consider in the evaluation of the press as an extension of the state is the observation that while the press became an important part of daily life in Western Europe and the US in the 19th century with the expansion of the capitalist market, technological innovations and the tremendous development of the postal and railroad network, we did not see a similar development in the Ottoman Empire. In the period following the French Revolution and the Revolutions of 1848, which profoundly affected the European continent, working-class publications played a pioneering role in the development of an effective and involved press. In addition, the advent of technological innovations such as the telegraph, telephone, electricity and radio -particularly in the US- transformed the press into an indispensable component of daily life, establishing a far-reaching network that had never existed before. According to Benedict Anderson (2015: 71), while it was previously possible to create an imaginary community through pilgrims traveling to distant lands, it was now realized through the press. Furthermore, in light of the fact that these developments ultimately gave rise

<sup>8</sup> 6 October 1833, Nu: 68. In Tarnova the people called a witch expert named Nikola to neutralize the janissaries who had turned into witches in their graves with their elongated fingernails and fire coming out of their eyes. After Nikola defeats the witches by driving stakes into their bodies and scalding their hearts, the people pray to God to protect Mahmud II for destroying these witch janissaries in time.

<sup>9</sup> See Koloğlu's (n.d.: 80-84) for the issues in which the Sultan's caliphate was emphasized in the face of various rebellions and reactions.

to capital conflicts and attempts to establish nation-states, it is crucial to acknowledge the integral role that the press played in the daily lives of individuals under the guidance of urban, newly-emerging commercial classes, particularly in Western Europe and the USA.<sup>10</sup> In contrast, a similar dynamism was not observed in the Ottoman Empire which allowed for the formation of a perception of significant backwardness and ignorance regarding modernization.

As is often seen in the Orientalist perspective, the role of the decayed, static, exotic "Orient" in the rapid development of the 19th century is reduced to that of a distant spectator. According to Islamoglu (2010: 59), this obsolescence attributed to the East by Orientalists is due to the *Golden Age* vision of the past. Consequently, the East must now decline. Nial Ferguson (2020: 30) critiques this stagnation attributed to the East, arguing that the relative development of the East prompted the West to engage in competition and development. In this context, it is imperative to move beyond a simplistic dichotomy of the West and the East and to instead examine the specific conditions that prevail in each region. This necessitates an investigation into the inter-relationship between these conditions and the global context. As a result, the argument that technological developments are both a necessity and a cause of progress encounters an impasse in the face of the question of why those technological developments emerged. For example, it is a common misconception that Europe's advancement was due to the invention of the printing press while the Ottoman Empire lagged behind. However, this ignores the fact that the printing press was already known centuries ago in China and Korea or by Jews in the Ottoman Empire at the end of the 15th century. This is because the liberal narrative fails to explain why the printing press did not have the same impact in other geographies as it did in Europe. This approach also fails to explain the fact that the newspapers published by non-Muslims in the Ottoman Empire were widely read, es-

pecially in port cities while the first Turkish newspapers were published much later by Mehmet Ali Pasha and Mahmud II. The fundamental issue is not the creation of new technology but rather the existence of the economic and political conditions necessary for its widespread and effective utilization.

In line with the tenets of the liberal narrative, the dearth of press activity in the Ottoman Empire bolstered by urban nobility and substantial advertising revenues, should be interpreted in light of the circumstances faced by a state that did not undergo the same degree of capitalist transformation as Western Europe. Curran's (2002: 135) assertion that media historiography should eschew an emphasis on the history of media as a technology, it is imperative that this perspective be taken into account. This is because the prevailing approach considers the media itself to be the primary criterion rather than social and economic relations, as a consequence of the Western-centered liberal narrative. James G. Stovall (1991: 126) asserts that the liberal narrative's ideological framework is constructed to argue that what is supposed to be is already in history. For instance, the penny press, which emerged because of technological and distribution innovations is addressed exclusively through prominent figures within the contemporary liberal discourse. Consequently, unless this approach is overcome, the historiography of the Ottoman press which already presents significant challenges due to the regression paradigm will become even more intractable.

Another area where the liberal narrative has influenced the historiography of the press is the limited role attributed to the public due to the low literacy rate. The prevailing narrative posits that the public is a passive entity, acquiescing to the directives of those at the pinnacle of the social hierarchy. This narrative is reflected in the notion that modernization is a process whereby the masses are subjected to the will of the rulers. To such an extent that a substantial body of literature

<sup>10</sup> Similarly, Jeffrey L. Parsley (2001: 12) posits that in the aftermath of the American Civil War (1861-1865), the culture of reading newspapers which had previously been largely exclusive to the upper class became accessible to all, leading to the post-war Americanization process.



has been compiled in which the reader is frequently relegated to a secondary position. Selim Nüzhet Gerçek's *Matbuat Tarihi* is one of the most important works in the history of the Turkish press.<sup>11</sup> Gerçek (2019: 214) discusses the emergence of *Takvim-i Vekâyi* through *Le Moniteur Ottoman* which until then had undertaken the task of informing foreigners about the situation in the country without intermediaries. He posited that the state required a Turkish newspaper because *Le Moniteur Ottoman* was in French. However, the author does not question the fact that the first newspapers were published after the Greek Revolt (1821-1829). Because it was through newspapers that national unity was primarily constructed at the level of discourse. To illustrate, Gregory Jusdanis (2018: 211-212) posits that *Efimeris*, the inaugural Greek-language newspaper published in Europe between 1790 and 1798 sought to disseminate the tenets of the French Revolution among the Greek populace. However, the true media boom was the proliferation of newspapers during the Greek Revolt. Nevertheless, the low literacy rate observed during this period was also applicable to the Ottoman Greeks. But according to the liberal narrative, the press should have been passive and newspapers should have been limited. Therefore, as will be seen in the following process, measuring the impact of newspapers by the number of subscribers and literacy rate is a highly problematic adaptation of Western European and US criteria to the Ottoman press.

The liberal narrative fails to explain the boom of the press in the Greek Revolt and evaluates the first state-run newspaper in the Ottoman Empire as independent of the public. For example, Ortaylı (2018a: 48) argues that the newspaper entered Ottoman life as an official newspaper. However, he does not mention the press boom during the Greek Revolt and ignores the fact that the Ottomans included not only Turks and Muslims but also all other inhabitants of the empire. Consequently, he is unable to discern that the publication of *Takvim-i Vekâyi* was intended to assuage

the internal unrest precipitated by the revolt and the radical reforms. Aksan (2011: 168-169) asserts that Mahmud II was keenly interested in gauging the public's response to the reforms and took prudent measures to ensure their acceptance. The Sultan conducted an inspection of the Balkan borders with the Prussian officer Helmuth von Moltke and issued messages of unity and solidarity to the non-Muslim population. Koloğlu (2014: 132) also challenges the conventional wisdom that newspapers should be evaluated solely in response to external developments. Instead, he examines the rivalry between *Vekây-i Mısriyye* and *Takvim-i Vekâyi* and the tension between Mahmud II and Mehmet Ali Pasha through the lens of newspaper efforts to influence public opinion. However, Uğur Gündüz presents the most radical argument in the historiography of the Ottoman press, suggesting that the public was merely a passive entity and that developments in the press should be interpreted in terms of interventions from the top:

In the West the bourgeois class brought modernization. For this reason, modernization in the West is bottom-up, accompanied by democratization and secularization. In our country, the engine of modernization is the state. Therefore, modernization has been top-down and authoritarian. In order to revive the old, we have tried to innovate. Even the proclamation of freedom in 1908 was not for democracy but to save the state. In this process, the progressive army, intellectuals and bureaucrats form a historical bloc. The public is seen as a herd, as in medieval theory (2018: 49).

This characterization of the public as an ineffective herd provides a clear example of the liberal narrative. This approach must be subjected to critical analysis with the presentation of evidence demonstrating that the government consistently exercised control and censorship over the press due to concerns about public opinion. Additionally, it

<sup>11</sup> The 2019 publication in question is a single-volume edition of Gerçek's three separate books, originally published in the late 1920s and 1930s.

is important to highlight that a significant proportion of the population gathered in cafes to read the newspapers rather than subscribing individually. As Cengiz Kırılı (2009: 5) demonstrates, had the public been so passive and uncaring, Mahmud II would not have been interested in ascertaining the public's perception of the reforms through the agents he dispatched to various coffeehouses in İstanbul. The erroneous assumption that public opinion is passive is the also subject of famous Ottoman journalist Namık Kemal's critique. The renowned journalist posited that the Russian Czarina Catherine II compensated Voltaire, D'Alembert, and Diderot to compose articles denigrating the Ottoman Empire and swayed public opinion in Russia's favor. According to him, the reason for the Czarina's success was that the balance between the palace and the public had been lost after Mahmud II abolished the janissaries, and the press had not yet been able to fill this gap.<sup>12</sup>

Bernard Lewis is another scholar who posits that the Ottomans were largely indifferent to the developments in Europe. As he states (2002: 54), European journalists who traveled to the Ottoman Empire during the Crimean War (1853-1856) were able to provide their European audiences with the latest developments thanks to the telegraph. Lewis posits that this resulted in a profound shift in the perception of the West among the peoples of the Middle East. In addition to the fact that the Ottoman Empire, which was multiethnic and multilingual and had already been a political part of Europe for centuries, suddenly became a non-Western, Middle Eastern society. The problematic notion that the press experienced a major change as a result of a singular event rather than a multitude of developments is also evident here. However, in his celebrated novel *Aziyade*, Pierre Loti describes his experiences in İstanbul where he arrived shortly before the Constitution was promulgated in 1876. He notes that the men in the coffeehouses listen to the newspaper read by one person in silence, collectively:

People in Eyüp are extremely calm and determined. In the evenings in all Turkish coffeehouses, even the humblest ones, pashas and commoners, everyone gathers together without distinction between rich and poor. A sage reads the daily newspapers and everyone listens in silence and faith (2018: 114).

Pierre Loti's narrative is similarly confirmed by Ahmet Emin Yalman. Yalman (2018: 42-45) posits that the number of readers cannot be gauged by subscriptions and circulation alone. Even a single copy can reach dozens of individuals in coffeehouses and house tours and many people even collect and bind the newspaper issues. Moreover, Beşir Fuad's letter dated October 14, 1886 confirms this.<sup>13</sup> Beşir Fuad who was attempting to publish a magazine, highlights the fact that people read magazines and newspapers in coffeehouses without paying as a potential impediment to the magazine's sales. Furthermore, in his missive, he expresses concern that the magazine he is preparing for publication will not achieve a substantial sales volume, given the considerable number of individuals who peruse the magazines and books rented by bookstores. Indeed, the practice of reading newspapers from hand to hand was so prevalent that Benlisoy (2020: 96) illustrates how Evangelinos Misialidis -the proprietor of *Anatoli*, a Greek newspaper published in Karamanli Turkish- attributed the low sales figures to the practice of individuals whom he referred to as "scroungers," reading these newspapers from hand to hand in exchange for the price of coffee or deserts and sending them to their relatives in various locations within Anatolia. Similarly, Clayer (2020: 396) posits that individuals in Albania who were unable to read could visit Bektashi dervish lodges where they would be apprised of current affairs through the reading of the newspaper aloud by a member of the community. It is evident that there was a high demand for reading or listening to newspapers as evidenced by the high prices at which the newspapers published by Ali Suavi, Namık Kemal and Ziya Pasha in exile were sold on the black market.

<sup>12</sup>Namık Kemal, "Hatıra Zeyli", *Hürriyet*, Issue: 34, 3 Zilkade 1285-15 February 1869.

<sup>13</sup>Özturan (n.d.) 59-60.

Undoubtedly, there is a notable disparity between the press in Europe and the US and that of the Ottoman Empire. Moreover, this is evidenced by the considerable discrepancy in the number of newspapers and the frequency of their readership. For instance, as Çelik (1994: 156) notes while there were only two Turkish newspapers in the early Ottoman period, the number of foreign language newspapers exceeded thirty. Nevertheless, it is evident that a considerable number of foreign language newspapers were published and that the majority of these were read by Ottoman non-Muslims and intellectuals. Although the press initially appeared to have been suppressed by Abdülhamid II's policy of repression and censorship, interest was consistently maintained, particularly through the influence of foreign newspapers. As a matter of fact, one of the most striking examples of this interest was given by famous writer Ahmet Mithat in *Tercüman-ı Hakikat* dated July 6, 1891:

The Ottoman press has a limited circulation and no revenue. On the other hand, it is certain that the foreign press in İstanbul is more popular than the local one. It is a general practice to find French, English, German, Greek and even Italian newspapers, both without pictures and with pictures, in every part of our city where there are many casinos, coffeehouses and beer houses with foreign customers or frequented by Ottoman citizens who know the language (cited in Koloğlu 2017: 44).

All of these examples suggest that the significant technological and economic differences between the Ottoman Empire and the European states of the period cannot be treated in the same way in the field of the press, as the liberal narrative suggests. Because this difference is directly applied to the press by the liberal narrative which evaluates the press of the supposedly inferior state as ineffective and unable to speak out because of censorship. Nevertheless, it is evident that in the Ottoman Empire it was a common practice for individuals to congre-

gate in coffeehouses to peruse newspapers or engage in discourse pertaining to political matters, despite the inherent risks posed by spies. Moreover, individuals proficient in foreign languages were able to access and read the principal European newspapers particularly in Ottoman port cities. On the other hand, *Cemiyet-i İlmiyye-i Osmâniye* the first scientific society established in 1861 under the guidance of Münif Pasha published a scientific journal called *Mecmûa-i Fünûn* which served as a significant intellectual platform for Ottoman intellectuals to closely monitor scientific advancements in Europe.<sup>14</sup> This was also the period during which Turkish novels began to emerge and numerous novels and theatrical works particularly those originating from French literature were translated into Turkish and published in newspapers as episodes. Indeed, Tanpınar (2007: 141) asserts that the periodical press played a pivotal role in disseminating Tanzimat innovations throughout the country.

In addition to the press activities of the period and translated works in newspapers, Ortaylı (2018b: 94) posits that the foundation for the cultural richness of the Tanzimat was laid through the training of *Kalemiye* members who were proficient in Western languages and well-versed in Western culture since the 18th century. Findley (2014: 237) additionally posits that non-Muslims who had been employed at Bâb-ı Âli (The Sublime Porte) for an extended period due to their proficiency in French and education at Western universities, demonstrated the state's already considerable interest in Europe. Corroborating this, after the Greek Revolt Turks were trained and employed in the *Bâb-ı Âli Tercüme Odası* (Translation Office of The Sublime Porte) instead of Greeks, paving the way for a generation of bureaucrats who had long been familiar with foreign texts, newspapers and cultural artifacts.

## Conclusion

Rather than assuming that the Ottoman press lacked readers due to low literacy rates and was ineffective, it is more accurate to view it

<sup>14</sup> See Ali Budak's (2011) for examples of the founding activities of the society and the issues of the journal.

as a press that demonstrated an interest in a wide range of topics and events occurring around the world with the goal of preventing the infiltration of liberal historiography into Ottoman press historiography. Moreover, the necessity of overcoming the presuppositions that the press was unable to speak out due to censorship and repression, especially during the *Tanzimat Period*, can be overcome through discussions on the history of the press. Because journalists who were forced to dissent at home and abroad continued to struggle against censorship. As outlined by Çağlar (2021: 152), newspaper proprietors employed a strategy of circumventing censorship and bans by purchasing the licenses of publications that had ceased operations or were in the process of being shut down. To illustrate, Aleksandr Sarrafyan surreptitiously leased the license of the newspaper *İbret* to Namık Kemal and his associates who were facing censorship and exile. They proceeded to operate from this newspaper, rather than their own which had been shut down. Furthermore, the palace's censorship and repression of the press were not universally effective throughout the empire. For instance, the modernization debates and public opinion-forming practices carried out through the press were unable to prevent the *Unionism* in the Balkans or *The Nahda* in Syria.

As can be observed, a significant proportion of the fundamental tenets that underpin the historiography of the Ottoman press can be attributed to the direct incorporation of the philosophical and political perspectives of liberal historiography imported from Western Europe. The linear progression observed in this historiography can be attributed to the erroneous practice of legitimizing events from the end and measuring the evolution of the press in terms of factors such as parliament and the developed capitalist market, as well as evaluating the world as a template. Furthermore, the issue has been compounded by the influence of modernization theories and debates in political science and history which glorify the nation-state and as a consequence, trap empires in the paradigm of decline. This approach treats them as archaic elements doomed to collapse regardless of the circumstances. Çakır (2024: 42)

issues a cautionary note regarding the potential issues that may emerge when different disciplines, such as communication and history, adhere to only their respective methodological working principles in the context of press historiography studies. He posits that a unified approach to methodology is essential, whereby the methods employed by different fields are considered together. Taken together, a transcendent approach to the historiography of the press and media will not only overcome the problematic aspects of liberal historiography but also enrich the debates on the historiography of the Ottoman press with new perspectives. Thus, revealing the unique points and facts that do not conform to the liberal historiography will make it possible to open the Ottoman press to discussion not as a passive or reticent, but rather as an extremely lively example.

## References

- Aksan, V. H. (2011). Küçülen Osmanlı Dünyasında Askeri Reform ve Sınırları. V. H. Aksan, & D. Goffmann içinde, *Erken Modern Osmanlılar* (s.161-182). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Anderson, B. (2015). *Hayali Cemaatler*. (İskender Savaşır, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Atabay, M. (2015). *Türk Basın Tarihi*. Edirne: Paradigma Akademi.
- Babinger, F. (2004). *Müteferrika ve Osmanlı Matbaası*. (Nedret-Kuran Burçoğlu, Çev.) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Barker, H. ve Burrows, S. (2002). Introduction. H. Barker içinde, *Press, Politics and the Public Sphere in Europa and North America 1760-1820* (s.1-22). Cambridge: Cambridge University.
- Beck, U. (2007). Why Methodological Nationalism Fails, *Theory, Culture & Society*, 24 (7-8), 286-290.
- Benlisoy, S. (2020). Bizden Gayret, Anatollulardan Himmet: On Dokuzuncu Yüzyılın İkinci Yarısında Gazeteciler ve Müşterileri, *Keleş İnsan Bilimleri İçin Kaynak Araştırmaları Dergisi* 50, 89-124.
- Berkes, N. (2018). *Türkiye'de Çağdaşlaşma*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Beydilli, K. (2003). *Matbaa*. Kolektif içinde, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* 28, 105-110.

- Bingham, A. ve Conboy, M. (2015). *Tabloid Century*. Oxford: Peter Lang.
- Budak, A. (2011). *Mecmûa-i Fünûn*. İstanbul: Bilgi Kültür Sanat.
- Burrows, S. (2002). *The Cosmopolitan Press, 1760-1815, içinde Press, Politics and the Public Sphere in Europa and North America 1760-1820, (s.23-47)*. Cambridge: Cambridge University.
- Butterfield, H. (1931). *The Whig Interpretation of History*. Londra: Bell and Sons.
- Chalaby, J. K. (2002). *The Invention of Journalism*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chernilo, D. (2011). *The Critique of Methodological Nationalism: Theory and History, Thesis Eleven, 106 (1), 98-117*.
- Clayer, N. (2020). *1903-1904 Avusturya-Macaristan Konsolosluk Raporlarına Göre Arnavut Basını ve Ulusal Kimlik, Kebikeç İnsan Bilimleri İçin Kaynak Araştırmaları Dergisi, 50, 393-408*.
- Curran, J. (2002). *Media and The Making of British Society, c. 1700-2000, Media History Carfax, 8 (2), 135-154*.
- Curran, J. (2005). *Whig Press History as Political Mythology. J. Curran, & J. Seaton içinde, Power Without Responsibility (s.2-4)*. London: Routledge,
- Çağlar, B. (2021). *Alafranga Neşriyat: Osmanlı Basınında Levanten Gazeteler ve Süreli Yayınlar. F. Bozkurt, & B. Çağlar içinde, İmparatorluğun Son Asrında Osmanlılar (s.129-167)*. İstanbul: Kronik Yayınları.
- Çakır, Ali (2024). *Tarih'te Gazete: Osmanlı Dönemi Basını Üzerine Yapılan Çalışmalar Hakkında Düşünceler (1831-1918), Akademik İletişim Araştırmaları Dergisi, (2), 41-52*.
- Çelik, H. (1994). *Ali Suavî ve Dönemi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dooley, P. L. (1997). *Taking Their Political Place: Journalists and The Making of an Occupation*. Westport: Greenwood.
- Faroqhi, S. (2010). *Post Kolonyal Dönüm Öncesi ve Sonrasında İmparatorluklar: Osmanlılar. D. Quataert ve B. Tezcan içinde, Hâkim Paradigmaların Ötesinde (s. 83-204)*. Ankara: Tan Yayınları.
- Ferguson, N. (2020). *Uygarlık Batı ve Ötekiler. (N. Elhüseyni, Çev.)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Findley, C. V. (2014). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Bürokratik Reform Babiâli 1789-1922. (E. Ertürk, Çev.)*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Gerçek, S. N. (2019). *Matbuat Tarihi. (M. Kirenci, Haz.)*. İstanbul: Büyüyenay Yayınları.
- Giddens, A. (1981). *A Contemporary Critique of Historical Materialism*. London: Macmillan.
- Gündüz, U. (2018). *Osmanlı'dan Günümüze Basın ve Modernleşme*. Ankara: İmge Yayınları.
- Howard, D. A. (2011). *Osmanlı Nasihatname Türleri ve Mit. V. Aksan, & D. Goffmann içinde (s.185-222)*. İstanbul: Timaş Yayıncılık.
- Huffman, J. L. (1997). *Creating a Public People and Press in Meiji Japan*. Honolulu: University of Hawaii.
- İslamoğlu, H. (2010). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Köylü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jusdanis, G. (2018). *Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Karagöz Kızılca, G. (2016). *Osmanlı/Türk Basın Tarihi Yazımı Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme, İlef Dergisi, 3 (1), 71-90*.
- Kırlı, C. (2009). *Sultan ve Kamuoyu Osmanlı Modernleşme Sürecinde Havadis Jurnalleri (1840-1844)*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kocabaşoğlu, U. (2004). *Yoktur Zulme Rızamız*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Koloğlu, O. (t.y.). *Takvimi Vekayi Türk Basınında 150. Yıl 1831-1981*. Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği.
- Koloğlu, O. (1987). *Basımevi ve Basının Gecikme Sebepleri ve Sonuçları*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti.
- Koloğlu, O. (2014). *İlk Gazete İlk Polemik*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Koloğlu, O. (2017). *Avrupa'nın Kıskaçında Abdülhamit*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lewis, B. (2002). *What Went Wrong?* New York: Oxford University.
- Loti, P. (2018). *Aziyade. (B. Uzma, Çev.)*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Matthews, R. (2015). *The Provincial Press in England. M. Conboy ve J. Steel içinde, The Routledge Companion to British Media History (s. 239-49)*. New York: Routledge.
- Ortaylı, İ. (2018a). *Batılılaşma Yolunda*. İstanbul: İnkılâp Yayıncılık.
- Ortaylı, İ. (2018b). *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*. İstanbul: Kronik Yayınları.

- Özturan, C. P. (t.y.). Beşir Fuad'ın Mektupları. İstanbul: Arba.
- Quataert, D. (2020). Sanayi Devrimi Çağında Osmanlı İmalat Sektörü. (T. Güney, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Parsley, J. L. (2001). The Tyranny of The Printers: Newspapers, Politics in The Early American Republic. Charlottesville: University Press of Virginia.
- Rado, Ş. (2020). Paris'te Bir Osmanlı Sefiri Yirmisekiz Mehmet Çelebi'nin Seyahatnamesi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Schudson, M. (1981). Discovering The News. New York: Basic Books.
- Schudson, M. (2002). News, Public, Nation. The American Historical Review, 107 (2), 481-495.
- Siebert, F. S., Peterson, T. ve Schramm, W. (1963). Four Theories of The Press. Chicago: University of Illinois.
- Stovall, James G. (1991). The Penny Press 1833-1861, Product of Great Men or Natural Forces. Wm. D. Sloan içinde, Perspectives On Mass Communication History (s. 123:38). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tanpınar, A. H. (2007). XIX. Asır Türk Edebiyatı Tarihi. (A. Uçman, Haz.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Taş, O. (2010). Gazeteciliğin Doğuşu: Eleştirel Bir Tarihyazımına Doğru, *Mülkiye Dergisi*, 34 (269): 29-66.
- Tezcan, B. (2011). Tarih Üzerinden Siyaset: Erken Modern Osmanlı Tarihyazımı. V. H. Aksan, & D. Goffmann içinde, *Erken Modern Osmanlılar* (s. 223-266). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Topuz, H. (2015). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Yayınları.
- Torr, C. (2000). The Whig Interpretation of History, *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 3 (1), 52-58.
- Ward, S. J. A. (2014). Classical Liberal Theory in a Digital World. R. S. Fortner, & P. M. Fackler içinde, *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. 3-21). West Sussex: John Wiley & Sons.
- Wimmer, A. ve Glick-Schiller, N. (2003). Methodological Nationalism, The Social Sciences and The Study of Migration: An Essay in Historical Epistemology, *Center for Migration Studies of New York*, 37 (3), 576-610.
- Yalman, A. E. (2018). Modern Türkiye'nin Gelişim Sürecinde Basın 1831-1913. (B. Keşanoğlu, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yüksel, M. (2021). Sunuş: Osmanlı İmparatorluğu'nda Farsça Süreli Yayınlar, *Kebikeç İnsan Bilimleri İçin Kaynak Araştırmaları Dergisi*, 52, 31-48.

### Newspapers

*Takvim-i Vekâyi*, 21 Cemaziyevvel 1249/6 Ekim 1833.

Namık Kemal. "Hatıra Zeyli." *Hürriyet*, 3 Zilkade 1285/15 Şubat 1869.

# 2024 İZMİR YEREL SEÇİMLERİ BAĞLAMINDA YOUTUBE ETKİLEŞİMLERİNE DAİR BİR İNCELEME

Sezer Deniz TÜRSEN\* Nevzat Onur ÇAPALOV\*\* Özlem OZAN\*\*\*

## A REVIEW OF YOUTUBE INTERACTIONS IN THE CONTEXT OF 2024 İZMİR LOCAL ELECTIONS

### Özet

Medyanın dijitalleşmesiyle birlikte siyasal, kültürel ve ekonomik alanda pek çok yenilik yaşanmıştır. Dijital medyanın gelişimi ile konvansiyonel medyaya alternatif olan yeni bir siyasal iletişim uygulama alanı doğmuştur. Buna bağlı olarak sosyal medya, seçim kampanyalarının yürütülmesi noktasında önemini giderek arttırmış ve kalıcı olmuştur. Dijital yöntemlerin klasik kampanya yöntemleriyle yarışır ve hatta onları geride bırakır hale gelmesiyle birlikte siyasal iletişimciler konvansiyonel kampanyaların yanı sıra dijital mecralarda yayınlamak üzere video odaklı çalışmalara büyük önem vermeye başlamışlardır. Özellikle YouTube, son yıllarda Türkiye'deki seçim dinamiklerinin gündem belirleme kapasitesi açısından önemli bir yönlendirici konumuna yükselmiş, sahip olduğu dijital habitusu ve takipçi sosyolojisi bağlamında politik gündem belirleyicilerden biri haline gelmiştir. Bu çalışmada 2024 İzmir Yerel Seçimleri bağlamında İzmir Büyükşehir Belediyesi başkan adaylarının katıldıkları ve blok halinde YouTube'da yayınlanan "Az Önce Konuştum" programının İzmir Yerel Seçim odaklı bölümündeki izleyici yorumları içerik analizi yöntemiyle irdelenmiş, yorumlar arasındaki kullanıcı etkileşimleri sosyal ağ analizi yöntemiyle incelenmiş ve belediye başkan adaylarının seçim vaatlerinin kilit yönleri belirlenerek YouTube izleyicileri arasında oluşturduğu etkiye odaklanılmıştır. Ak Parti İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Hamza Dağ ve Cumhuriyet Halk Partisi İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Cemil Tugay'ın katıldığı programın YouTube'daki kullanıcı yorumlarına bakıldığında Dağ'a yönelik algının oransal olarak daha pozitif olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, seçimleri Tugay'ın kazandığı göz önüne alındığında yerel seçim sonuçlarıyla dijital içerik analizlerinin uyumlu olmadığı söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal ağ analizi, Yerel seçimler 2024, Propaganda, YouTube, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanlığı.

### Abstract

With the digitalization of the media, many innovations have occurred in the political, cultural, and economic fields. The development of digital media has created a new field of political communication that serves as an alternative to conventional media. Consequently, social media has become increasingly important and permanent in conducting election campaigns. As digital methods compete with and surpass traditional campaign methods, political communicators have begun to emphasize video-focused work to be published on digital platforms alongside conventional campaigns. In particular, YouTube has risen to a significant guiding position in recent years regarding its agenda-setting capacity in Turkey's election dynamics. Within the context of its digital habitat and follower sociology, YouTube has become one of the key political agenda-setters. This study analyzes user comments on the episode of the "Az Önce Konuştum" television program, which was also broadcast on YouTube and featured the mayoral candidates of İzmir Metropolitan Municipality in the context of the 2024 İzmir Local Elections. The comments were examined using content analysis, and user interactions among the comments were analyzed using social network analysis. The study focused on identifying the key aspects of the candidates' election promises and their impact on YouTube viewers. An examination of YouTube comments on the program featuring the AK Party's İzmir Metropolitan Municipality Mayor Candidate Hamza Dağ and the Republican People's Party's İzmir Metropolitan Municipality Mayor Candidate Cemil Tugay revealed that the perception of Dağ was proportionally more positive. On the other hand, considering that Tugay won the elections, it can be said that the results of local elections are not consistent with the digital content analyses.

**Keywords:** Social network analysis, Local elections 2024, Propaganda, YouTube, İzmir metropolitan municipality mayoral election.

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, tursendeniz@gmail.com, ORCID: 0009-0006-3969-4267.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, nevzatcapalov@gmail.com, ORCID: 0009-0003-7938-4659.

\*\*\* Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi, ozlem.ozan@yasar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4116-1551.

## Giriş

20. yüzyılın son otuz yılında internetin ortaya çıkışı ve gelişimi teknolojik alanda eş zamanlı olarak yaşanan pek çok gelişmenin sonucudur. Örneğin ikinci Dünya Savaşı'nın bitimiyle başlayan soğuk savaş dönemi ve yarattığı rekabet ortamı bir teknolojik mücadele alanı oluşturmuştur. İlk Rus Sputnik uydusunun 1950'lerde fırlatılmasının ardından yüksek teknolojide rekabet amacıyla ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (Advanced Research Projects Agency- ARPA) öncülüğünde bir kısmı teknoloji tarihini değiştiren, geniş ölçekte enformasyon çağı'nın öncüsü olan, girişimler ortaya çıkmıştır. Söz konusu paradigma bağlamında 1960-1964 döneminde ortaya çıkan stratejilerden biri de nükleer saldırıdan etkilenmeyecek merkeziyetsiz bir iletişim sisteminin tasarlanması olmuştur. Paket-anahtar iletişim teknolojilerine dayanan bu sistem, ağın komuta ve kontrol merkezlerinden bağımsız olmasını sağlamıştır. İlerleyen dönemlerde çalışma, dijital teknoloji, ses, görüntü ya da veri gibi her tür mesajın paketlenmesini sağlayan ve bağlantıları kontrol merkezlerini kullanmaksızın iletebilen bir ağ projesine dönüşmüştür. Sonuçta günümüzde tüm dünyayı dijital iperle birbirine bağlayan ve Marshall McLuhan'ın değişimiyle gezegenimizi bir "Global Köy"e dönüştüren internet ortaya çıkmıştır (Castells, 2013:482).

Castells'e göre (2013), 20. yüzyıl sonunda internet altyapısının gelişimine bağlı oluşan bu köklü değişiklikler toplumun maddi temelini yeniden şekillendirmiştir. Dünya, özellikle internet ve bilişim alanındaki gelişmeler sonucunda 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren bilgi ve teknoloji alanında eş benzeri görülmemiş bir değişim ve dönüşüm sürecinin içerisine girmiştir. 1990'ların sonunda internetin iletişim gücü, telekomünikasyon ve bilgisayar alanında yeni gelişmeler oluşmuş, bununla birlikte merkeziyetsiz, ayrık mikrobilgisayarlar ile çok çeşitli formatlarda birbiriyle bağlantılı bilgi işlem aygıtları ortaya çıkmış ve bilgisayarlaşma yaygınlaşmıştır. Bu yeni teknolojik sistemde işlem kapasitesi; ortak internet protokolleri kullanarak iletişim kuran, farklı sunucu mimarileri ile dağıtık bir ağ yapısına oturtulup güçlendirilmiştir (Castells, 2013). Söz konusu

ağ alt yapısı, günlük hayattaki sosyal ağları dijital ortamlara taşıyarak genişletmiş ve etki alanını arttırmıştır.

Bu çalışmada dijital dünyadaki sosyal ağlara odaklanılmaktadır. Bu bağlamda bir televizyon kanalında yayınlanan "Az Önce Konuştum" adlı programın YouTube'dan paylaşılan bir bölümüne kullanıcıların yorumlar yoluyla verdiği tepkiler analiz edilmiştir. Söz konusu videoda 2024 Yerel Seçimlerinde İzmir'den Büyükşehir Belediyesi Başkan adayı olan Cemil Tugay ve Hamza Dağ'ın gazeteci Candaş Tolga Işık ile yaptıkları röportajlar birleştirilip blok halinde verilmiştir.

Çalışmada ilk olarak ağ, sosyal ağlar ve ağ toplumu kavramları ele alınmış, ardından sosyal medya ve özellikle YouTube platformu hakkında bilgi verilmiş ve son olarak incelenen YouTube videosuna yapılan yorumların analizi sonucunda elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan sosyal ağ kavramı, ağ toplumu, sosyal medya mecralarında propaganda ve YouTube'un propaganda aracı olarak kullanılması başlıklarına yer verilecektir.

### 1.1 Sosyal Ağ Kavramı

Son yirmi yılda toplumun tanımlamasında teknolojik gelişmelere gönderme yapmak amacıyla sıklıkla kullanılan ağ kavramı, özünde sosyal süreçleri inşa eden olgudur. Sosyal ağlar, temel olarak insanlar ve insanlar arasındaki bağlantılar olmak üzere iki unsuru içeren ağlar olarak nitelendirilmektedir. Yüzyıllardır insan doğası ve gündelik yaşantısının önemli etkenlerinden ve yönlendiricilerinden biri olmuştur. Sosyal ağlar, kişinin temas ettiği diğer bireyleri kapsamaktadır ve günlük yaşantının çeşitli yönlerini etkilemektedir. Sosyal ağların gündelik yaşamdaki etkileri doğrudan temas edilmeyen ve potansiyel ağ aktörleri olarak sistemin içerisinde yer alan kişileri ve etkileri de kapsamaktadır.

1930'larda ABD'deki bir kız yetiştirme yurdunda yapılan ve öncü olarak nitelendirilen çalışmada sosyal psikolog Jacob Moreno ve araştırmacı arkadaşı Helen Jennings okuldan



kaçan kızların davranışlarına dair bir analiz gerçekleştirmiştir (Moreno, 1934, s. 373). Bu analiz kapsamında okuldan kaçan kızların yaş, cinsiyet, ırk, geçmiş psikolojik profil ve bireysel özelliklerine odaklanılmıştır. Yapılan araştırmadan okuldan kaçma davranışlarının belirli bir tanımlayıcı özellik ya da etkiyle örtüşmediği, kaçma davranışının belirli bir köken ya da yaş grubuyla ilişkisinin olmadığı anlaşılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda Jennings ve Moreno, kaçma davranışının öğrencilerin arkadaşlık ilişkileriyle örülen sosyal yapıya bakarak anlaşabileceğine dair çıkarımlar elde etmişlerdir. Sonuç olarak araştırma, demografik olarak okulun genel ortalamasından belirgin bir farkı bulunmayan bir grup öğrencinin, kendilerini sosyal olarak dışlanmış hissetmeleri nedeniyle kendi dışlanmış sosyal bölgelerinde kendine has bir okuldan kaçma kültürü geliştirdiklerini ortaya çıkarmıştır. Elde edilen bu sonuç, kendine özgü oluşan sosyal bölgelerin davranışlarının anlaşılmasında yalnızca demografik çalışmaların yeterli olmadığını ve sosyal yapıların derinlemesine analiz edilmesi için sosyal ilişkiler ağının da analiz edilmesi gerektiğini göstermiştir (Gençer, 2022: 19).

Temel sosyal ağ analizi yaklaşımları ise Moreno ve Jennings'in çalışmasından on yıllar sonra geliştirilmiştir ve günümüzde pek çok disiplin için kullanılmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağ kavramı ve onun analiziyle ilgili bu çalışma, sosyal olanın bir bütün olarak anlaşılmasına dair önemli bir katkı sağlamaktadır. Gençer'in (2022) de belirttiği gibi bu katkı bizlere bütünün bileşenlerin toplamından fazlası olduğunu göstermekte ve sosyal yapının parçalanarak küçük alanlara odaklanılıp analiz edilmesi ve ardından yeniden birleştirilerek farklı bir boyutta analiz yapılabilmesine dair olanaklar vermektedir.

Gündelik hayatımızda sosyal ağlar, her türlü eylemin yayılımına doğrudan katkı sunmaktadır. Bağlantılarımız hayatımızın her yönünü etkilemektedir. Örneğin Christakis ve Fowler'ın (2008) bulgularına göre bir kişi sigarayı bıraktığında bu durum ilgili kişinin arkadaşları üzerinden dalga dalga yayılan bir etki yaratabilmektedir. Tıpkı hayvanların sürü hareketlerine benzer dinamiklerle, sigara bırakma eğilimi topluluklarda bir dalga şeklinde yayı-

lım gösterebilmektedir. Grup içi bağlantıların artması, grup içi davranışı güçlendirirken gruplar arasındaki bağlantıların artması grubu yeni davranışlara yönlendirebilmektedir. Toplulukların sosyal ağlar içerisindeki bağlantıların güçlü ya da zayıf olması da yayılımları ve sosyal ağların gündelik hayat üzerindeki dönüştürücü gücünü etkilemektedir.

Zayıf bağlar kavramını daha kapsamlı irdelemek adına Granovetter (1983) ve Zayıf Bağların Gücü yaklaşımının ele alınması uygun olacaktır. Zayıf Bağların Gücü yaklaşımında Granovetter, kişiler arası ilişkileri incelemiştir. Bu kapsamda iki aktör arasındaki bağlantıların niteliğini irdeleyen Granovetter, türdeşliğin yeni bağ oluşumuna katkıları ve yeni bağların ağa etkilerini araştırmıştır. Söz konusu araştırmanın iki varsayımı bulunmaktadır. Birinci varsayıma göre türdeş aktörler birbirleriyle güçlü bir bağ oluşturma eğilimindedirler. İkinci varsayıma göre ise köprü bağlar, nitelik olarak zayıftır; ancak bu zayıf bağlar sayesinde benzer olmayan bireyler bağlanmakta ve bu da yeni bilgilere erişimi sağlamaktadır. Aradaki fark ise güçlü bağlarda ilişkileri dengede tutmaya yönelik bir baskı bulunurken, zayıf bağlarda böyle bir baskının bulunmamasıdır. Dolayısıyla, zayıf bağlar değersiz değil, tam aksine önemlidir (Borgatti, 2012: 40-54).

Granovetter, 'Getting A Job' adlı kitabında bahsettiği zayıf bağların gücü kuramında yeni iş bulma örneğini kullanmıştır. Buna göre akrabalar ya da yakın arkadaşlarla kurulan bağ güçlü ve yoğun olsa da yakın çevreden hep aynı bilgilere ulaşılabildiği için yeni iş bulma konusunda sınırlı bir seviyede kalınmaktadır. Öte yandan, farklı çevrelerle zayıf bağlarla da olsa çok fazla yeni bilgiye ulaşılabilmektedir. Böylece yeni iş bulma konusunda zayıf bağlar, yeni bilgilere ulaşılabildiği için, daha avantajlı olabilmektedir (Granovetter, 1983: 201-233).

Bir diğer ele alınması gereken kavram Milgram'ın (1967) Küçük Dünya Fenomeni kavramıdır. "Milgram'ın ünlü küçük dünya deneyi, milyonlarca aktörden oluşan büyük bir araştırma evreninde aktörlerin aslında birbirlerinden birkaç kişi uzakta olduklarını kanıtlamıştır" (Ağcasulu, 2019:1954). Deney, Amerika'nın iki ucunda yaşayan ve rastgele seçilen insanların birbirleriyle bağlantılı oldu-

ğunu savunmaktadır. Bu kapsamda Nebraska ve Kansas eyaletinden rastgele belirlenen birkaç yüz kişiden, kendilerine verilen paketi ABD'nin diğer bir köşesinde yaşayan iki kişiye ulaştırmaları istenmiştir. Posta gönderimi için iki kural vardır: Paket Boston'daki hedefe ulaşabileceği düşünülen kişilere gönderilmesi ve alıcıyı ilk adıyla hitap edecek kadar yakın olunmalıdır. Milgram, deneyde paketlerin kaç aracı kişiyle hedefe ulaştığını gözlemlemiştir. Sonuçta rastgele seçilen bireyler arasındaki uzaklığın altı kişi olduğu ortaya çıkmıştır (Öztaş ve Acar, 2004: 289-320). Gerçek hayatta bu uzaklık 'tanıdığımın tanıdığının tanıdığının tanıdığının tanıdığıdır (Bayram ve diğerleri, 2009).

Son 50 yılda ivme kazanan sosyal ağ analizi çalışmaları Jacob Moreno ve Helen Jennings'in ABD'deki Kız Yetiştirme Yurdu Çalışması, Granovetter ve Zayıf Bağların Gücü ve Milgram'ın Küçük Dünya Fenomeni kavramlarıyla sıçrama kaydetmiş; 1990'lı yıllardan itibaren yeni gelişmelerle birlikte sosyal ağlar, ağ toplumu kavramıyla da doğrudan ilişkili hale gelmiştir.

## 1.2. Ağ Toplumu

İnternet kullanımının yaygınlaşması, teknolojik imkân ve olanakların artışıyla özellikle son 30 yılda iletişim trendlerinde gündelik hayatı ve sosyal ilişkileri etkileyebilecek değişimler gerçekleşmiştir. Bu değişim ve dönüşümlerin yarattığı süreçler ve sağladığı kazanımlar sosyal ağ etkileşimlerini, ağ toplumu kavramını ve siyasal iletişim alanını doğrudan etkilemektedir.

"Ağ toplumu yaklaşımı, 1990'lı yılların sonlarına doğru iletişim teknolojisinde yaşanan hızlı gelişmelerin bir çıktısı olarak sanal ağ yapılarının sanal toplumları beraberinde getirmesi düşüncesinden hareketle ortaya çıkmıştır" (Söztutar, 2022: 59-76). 1990'lı yılların ortalarına kadar web kavramı statik ve tek yönlü etkileşimin olduğu standart bir ağ yapısından ibaretken sonrasında yaşanan gelişmelerle birlikte değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. 1997'den itibaren kademeli olarak gelişen ve çevrimiçi olarak kullanılabilir hale gelen blog siteleri, kullanıcıların kod ve programlama dilleri hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadan içerik oluşturmasına olanak sağlamıştır. Aynı zamanda insanların yorum yap-

bilmesi ve çevrimiçi etkileşim kurabilmesine de izin vermiştir. 2000'ler ve sonrasındaki dijitalleşme süreciyle birlikte sosyal ağların gelişimi oldukça hızlanmış ve sağladıkları olanaklar artmıştır. 2000'li yılların ortalarına gelindiğinde ise çoklu ve karşılıklı etkileşime izin veren birçok sosyal ağ aracı ortaya çıkmış ve global iletişimi değiştirip dönüştürmüştür.

İnternet devriminin yaygınlaşması sonrası ortaya çıkan yeni düzenin toplumsal karşılığını analiz etme bağlamında sosyal bilimciler arasında öne çıkan ilk isim Castells olmuştur. Berkeley Üniversitesi'nden Harry Kreisler ile röportaj yaparken Castells şunları söylemektedir (Castells ve Kumar, 2014): "Ağ toplumu, kilit sosyal yapıların ve faaliyetlerin elektronik bilgi ağları etrafında organize edildiği bir toplumdur". Castells, ağ toplumunun sadece sosyal ağlarla ilgili olmadığını, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte zaman ve mekân kavramlarının esneklik kazandığını vurgular. Küreselleşme ile eş zamanlı gelişen teknolojik ilerlemeler ve iletişim araçlarının yaygınlaşması, yeni toplum düzenini "ağ toplumu" olarak şekillendirmiştir.

Ağ toplumu kavramı Georg Simmel gibi erken dönem sosyal teorisyenlerinin çalışmalarına kadar uzanabilir. Manuel Castells tarafından ortaya atıldıktan sonra Hollandalı sosyolog Jan Van Dijk (2006) tarafından geliştirilen ağ toplumu kavramının bilişim çağından sonra dijital kültüre yön veren bir iletişim formu olduğu belirtilmiştir. Toplumun sosyal organizasyon formundan ağ toplumu formuna geçmesiyle daha esnek ve birbirine bağlı bir iletişim ortamı kurulmuştur. Merkezîyetçi olmaması ve özgür ifadelerle yer verilebilmesi, Jan Van Dijk tarafından "yatay hiyerarşi" olarak tanımlanmıştır.

Castell, Van Dijk'tan biraz farklı bir yorum ile ağların, toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturduğunu belirtir. Castells için ağlar modern toplumun temel birimleri haline gelmiştir. Van Dijk'a göre ise bu birimler hâlâ bireyler, gruplar, örgütler ve topluluklardır, ancak ağlar tarafından birbirine bağlanabilmektedirler.

Bu bağlamda ağ toplumu, "Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımıyla birlikte bireylerin, grupların, kuruluşların ve toplu-

lukların artan birbirine bağlılığı ile karakterize edilen, gerçekleşmekte olan mevcut toplumsal ve teknolojik geçişi tanımlamak için kullanılan bir terimdir" şeklinde ifade edilebilir. Castells ve Van Dijk, ağ toplumunun, yapı ve iletişim biçimleri değişse de bilgi toplumunun devamı olduğunu düşünmektedirler. Aradaki en önemli farklardan biri ise bilgi toplumunda medyada üretilen bilginin yalnızca hedeflenen kişi veya kişilere ulaşması, ağ toplumunda ise bilginin ağlar aracılığıyla herkese ulaşabilmesidir. Medya gerek bireysel gerekse toplumsal düzeyde örgütlenme biçimlerini değiştirmekte tüm birimleri birbirine bağlamaktadır (Van Dijk, 2006: 19). Birbirine bağlılık, bilgi ve birikime erişim, küresel ölçekte iletişim kurma ve iş birliği yapma yeteneğinin arttığı (Yıldırım, 2023: 2) ağ toplumlarının somut olarak görünür oldukları en belirgin alan ise sosyal medya platformlarıdır.

### 1.3. Sosyal Medya Mecraları ve Propaganda

İlişki ağları, bloglar, wikiler, podcastler, forumlar ile içerik toplulukları, sanal oyun ortamları ve mikrobloglar gibi farklı ortamlara veya türlere sahip olan sosyal medya, kullanıcıların kendileri ile ilgili kişisel haberleri verebilecekleri, arkadaş edinebilecekleri veya arkadaşları ile etkileşimli bir şekilde iletişim kurabilecekleri, resimlerini, videolarını paylaşabilecekleri, çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web sitelerine genel olarak verilen addır (Eldeniz, 2010: 20). Kullanıcıların içerik, fikir, içgörü ve deneyim paylaşmak için kullandıkları metin, görüntü, ses, video ve benzeri formlardaki çevrimiçi pratikleri ihtiva etmektedir (Aydoğan ve Akyüz 2010: 94).

Sosyal paylaşım ağları, kullanıcıların bağlantı listeleri oluşturmalarına, birbirleriyle iletişim kurmalarına, bu listeleri sergilemelerine ve profillerinde yer alan bilgileri düzenlemelerine olanak tanıyan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini barındıran web tabanlı platformlardır (Fuchs, 2011: 141).

Günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları (mecra veya ortam da denmektedir) Facebook, X/Twitter, TikTok, YouTube, Instagram ve LinkedIn olarak sıralanmaktadır. Sosyal medya platformları 2010'lu yıllardan itibaren toplumsal hayatın

ve iletişim trendlerinin önemli bir aktörü olmuştur. Ayrıca günümüzde sosyal medya platformları sıklıkla propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır.

Propaganda, toplumsal fikir ve tutumlara etki etme ve onları arzu edilen yönde biçimlendirme, yönlendirme faaliyeti olarak ifade edilebilir. Propaganda, önemli fikirleri desteklemek ya da yaymak demek olup; Latince'de yaymak ve tohum ekmek anlamlarında kullanılmaktadır (Çetin, 2014: 239). Propaganda ile birlikte ele alınması gereken bir diğer paralel kavram siyasal iletişimdir. Siyasal iletişim; bir politik fikir ya da kurumun, mevcut politik sistem içerisinde kamuoyunun desteğini almak, bu şekilde iktidarı elde edebilmek, mevcut şartlar içerisinde halkla ilişkilerin, reklamın ve propagandanın imkanlarından faydalanarak kesintisiz bir şekilde gerçekleştirdiği tek taraflı ya da çift taraflı iletişim şeklinde ifade edilebilir (Divanoğlu, 2017: 399-415).

Siyaset bilimi ile reklam sektörü arasında bir yerde konumlanan propaganda kavramı dijitalleşmeyle birlikte değişmiş, ortam bazında farklılaşmıştır. Geçmişte propaganda için geleneksel/konvansiyonel olarak adlandırılan, dönemin teknolojik şartlarına uygun ve kitlelere kolayca ulaşılabilen gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi araçlar tercih edilirken günümüzde daha kontrolsüz, daha ulaşılabilir, bilgiye erişimi hızlandıran yeni iletişim ortam ve araçları sıkça kullanılmaya başlanmıştır (Karakuş, 2021:462-491). Klasik propaganda yöntemleri konvansiyonel medya kanallarıyla yapılmaktayken özellikle 2000'li yılların başından bu yana konvansiyonel metotlara ek olarak dijital yöntemler de yaygınlaştırmıştır. Dijital propaganda, siyaset yapanların kamuya interaktif biçimde ulaşmasını sağladığından siyasi aktörler tarafından, dijital çağın ruhuna uygun olarak, sıklıkla kullanılmakta ve tercih edilmektedir.

Sosyal ağlar, 2010'lu yıllardan itibaren kamu diplomasisi ve siyasal iletişim gibi pek çok alanda önemli bir araca dönüşürken; 2009 İran Seçimleri, Wikileaks Olayı, Occupy Wall Street Eylemleri ve Arap Baharı gibi global çapta etki yaratan olaylar sosyal ağların kolaylaştırıcılığı ile büyümüş ve toplumsal etki alanını artırmıştır. Süreç içerisinde sosyal medya ya da sosyal ağlardaki toplumsal ha-

rekelerin politik bir öncü kuvvet ve aktivasyonu tetikleyici bir unsura dönüştüğünü söylemek mümkündür. Bu bağlamda kullanıcı sayısı iki milyardan fazla olan YouTube, dijital dünyada propaganda aracı olarak kullanılmaya en müsait platformlardan biridir.

#### 1.4. YouTube'un Propaganda Aracı Olarak Kullanılması

YouTube, iki milyarı aşkın kullanıcısı ile dünyanın en büyük video barındırma ve paylaşım platformu olmasının yanı sıra en büyük sosyal medya platformlarından biridir (WeAreSocial, 2023). Bireysel kullanıcılar, medya mensupları, siyasi aktörler, kurum ve kuruluşlarca iletişim faaliyetlerinin yürütülmesi amacıyla tercih edilen mecralar arasında yer almaktadır.

Amerika kökenli olan ve çevrimiçi video paylaşım hizmeti veren dijital etkileşim platformu YouTube, çevrimiçi ödeme sistemleri şirketi PayPal'da çalışan Steve Chen ve Chad Hurley tarafından 2005 yılının şubat ayında kurulmuştur (Kenet, 2019:115). YouTube zamanla kendi dijital habitusunu yaratmış ve özgün içerik üretimi bağlamında eğitim, müzik, bilim, sinema, sanat, politika gibi pek çok alanda bir içerik ve bilgi deposuna dönüşmüştür. Ayrıca YouTube, kullanıcıların yeni beceriler edinebilmelerine, başkalarıyla bağlantı kurabilmelerine, bilgi paylaşabilmelerine imkân veren bir platform halini almıştır. YouTube farklı içerik üreticilerinin ilgi alanlarını Türkiye ve yurtdışındaki diğer kullanıcılarla birleştiren bir işlevi yerine getirmektedir. Google tarafından 2006 yılında satın alınan platformun kullanımı yıllar boyunca git gide yaygınlaşmıştır (Burgess ve Green, 2009:1).

Her yıl 230 ülkede insanların çevrimiçi davranışlarına ilişkin küresel raporlar hazırlayan We Are Social ve Meltwater'ın "Temmuz 2023 Dijital Dünya" raporuna (WeAreSocial, 2023) göre, Türkiye'de toplam nüfusun yüzde 67,5'i sosyal medya kullanmaktadır. Rapora göre YouTube, Türklerin en fazla ilgi gösterdikleri sosyal medya platformudur.

Oxford Economics (2023) YouTube'un Türkiye'deki Ekonomik, Toplumsal ve Kültürel Etkisi Raporu'na göre Türkiye'de YouTube'u düzenli olarak kullanan 45 milyon kişi bulunmaktadır ve YouTube verilerine göre bu kitle

platformda günde ortalama 45 dakika zaman geçirmektedir. 2023 We Are Social Türkiye Raporuna göre sosyal medya platformlarında kullanıcıların harcadığı aylık ortalama süre bazında 18 saat 30 dakika ile YouTube tüm platformlar arasında ikinci sıradadır. Aynı rapora göre 2023 yılında Türkiye'den en çok trafik alan internet sitesi YouTube.com ve Türkiye'de en fazla kullanıcısı bulunan sosyal medya uygulaması da 57,9 milyon kullanıcı ile YouTube'dur.

Günümüzde YouTube, diğer sosyal ağlarla bağlantı kurabilen, ek bir uygulama yüklenmesine ihtiyaç duyulmadan ortamlar arası paylaşımına adapte edilebilen ve site içi difüzyonu mümkün kılan bir sosyal ağıdır. YouTube izleyicileri, videoları cep telefonlarında, tabletlerde ve diğer mobil cihazlarda görüntüleyebilmekte ve indirebilmektedirler.

Ayrıca YouTube, hem görsel hem de işitsel sunum olanakları sağlamaktadır. Bu yönüyle siyasal propagandanın gerekliliklerinden olan uzun sürelere yayılabilen, ses ve görüntünün aynı anda sunulabildiği, izleyicilerin etkileşimde bulunabildiği içerik üretebilme ortamı ihtiyacına cevap verebilmektedir. Sayılan bu özellikleriyle YouTube, propaganda yaymak için oldukça uygun kanal ve ortamlardan biri olarak nitelendirilebilir.

YouTube odaklı siyasal iletişimin ilk örneklerinden biri, 2007 yılında İngiltere kraliçesinin Noel kutlama mesajını YouTube üzerinden göndermesidir. Ertesi yıl Obama, Amerikan başkanlık seçimlerinde kampanyasında YouTube platformunu aktif bir biçimde kullanarak siyasal iletişimde köklü bir değişimin temelini atmıştır (Doğu Öztürk ve Zeybek, 2020:97).

Zamanla duygusal içerik iletiminin etkili yollarından birine dönüşen YouTube, siyasi reklamlar için de etkili bir platform haline gelmiştir. YouTube'da paylaşılan siyasal reklamların önemi; aday veya partiyi tanıtmaya, seçmen ilgisini artırma, katılımı teşvik etme ve tartışmaları sosyal ağlara taşıma gibi stratejik işlevlerinden dolayı (İslamoğlu, 2002: 154, 155) giderek artmıştır.

2008 ABD Başkanlık Seçimleri, dijitalleşmenin etkileri, Facebook ile YouTube'un global çapta popüler hale gelerek seçimlerin öznesi haline gelmesi bağlamında oldukça mü-

him bir eşiktir. John Edwards, Hillary Clinton ve Barack Obama'nın adaylıklarını YouTube videoları aracılığıyla açıklamışlar (Emruli ve diğerleri, 2011: 463), kampanya mesajlarını yaymak için bu mecraı etkin bir şekilde kullanmışlardır. Örneğin; "Yes We Can", "Dear Mr. Obama" ve "Obama Girl" gibi Obama'nın kampanyasında kullandığı videolar, vurgulanan "umut (İngilizce:hope)" sloganının ABD dışındaki ülkelerde de popülerleşmesine katkı sunmuştur. 2008 yılından itibaren YouTube ve diğer dijital araçların seçim kampanyalarının önemli unsurları ve ortamları haline geldiği söylenebilir. Benzer şekilde 2009 Avrupa parlamentosu seçimlerinde YouTube'daki siyasal reklamların kampanyaları güçlendirdiği gözlemlenmiştir (Vesnic-Alujevic ve Van Bauwel, 2014). YouTube, siyasal aktörler tarafından geleneksel medyanın kısıtlamalarından bağımsız olarak propaganda, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme amaçlarıyla etkin şekilde kullanılmaktadır. Siyasal partiler, seçim dönemleri dışında da düşük maliyetlerle ve istedikleri içerikte propaganda yapma imkanına sahip olmaktadır. Ayrıca, videolara yapılan yorumlar, beğeniler ve görüntülenme sayıları, etkileşimli bir iletişim süreci sunmaktadır (Korkut, 2022:34).

YouTube'un siyasal iletişim üzerinde yarattığı etki Türkiye'de 2015 genel seçimlerinde gözlemlenmeye başlanmış, 2023 genel seçimleri ve 2024 yerel seçimlerinde, siyasal içerik üreten YouTube kanallarının sayısındaki artışla yoğun bir şekilde hissedilmiştir. Bu durumun nedenleri arasında dijitalleşme, otoriterleşme ve taraflı medyanın etkisiyle halkın alternatif bilgi kaynaklarına yönelme eğilimi sayılabilir. Ayrıca, YouTube'un görsel-işitsel temelli olması, metin bazlı platformlara kıyasla daha hızlı ve kolay tüketilebilir içerik sunarak geniş bir kitleye yayılması da bu etkinin bir parçasıdır.

YouTube'un popülerliği yaygınlaştıkça ve siyasal iletişimdeki rolü genişledikçe alanyazındaki araştırmalar da artmıştır. Emruli ve diğerlerinin bulgularına (2011: 464) göre; YouTube'da yayımlanan videolar, kampanya süreci ve sonuçlarını etkilemekte, sağladığı iki yönlü etkileşim olanağı ile demokratik süreçlere katkıda bulunmaktadır. Öte yandan, YouTube için hazırlanan içerikler geleneksel medyadan farklılaşmaktadır. 2012 ABD

başkanlık seçimlerini inceleyen Borah ve diğerlerine (2018: 230-244) göre, televizyon reklamları YouTube videolarına kıyasla daha olumsuz içeriklere sahiptir. Televizyondaki siyasal reklamlar daha çok tartışmalara odaklanırken, YouTube reklamları, adayların kişisel özelliklerini öne çıkarmaktadır. Ayrıca YouTube videolarındaki siyasal mesajların anlaşılması da bireylerin siyasal bilgi seviyeleri ve kabul etme eğilimlerine göre değişiklik göstermektedir (Bowyer ve diğerleri, 2015).

YouTube, siyasal figürlerin kendilerini tanıtmalarının yanı sıra, siyasal kanallar aracılığıyla gündem belirleme ve bireylerin siyasal bilgi ihtiyaçlarını karşılama platformu haline de gelmiştir (Pantti, 2015:622). Hızlı içerik düzenleme imkanıyla YouTube, 24 saatlik geleneksel medya haber döngüsüne kıyasla, içerikleri 15 dakikalık sürelerde dolaşıma sokabilmektedir (Sayre ve diğerleri, 2010:9). Bu içerikler, çevrimiçi kanallara güvenen genç kitleyi hedef almak açısından önemlidir, çünkü gençler siyasal haberleri aramasalar bile sosyal ağlarında bu içeriklerle karşılaşma olasılıkları yüksektir (Bowyer ve diğerleri, 2015:523). Diğer yandan YouTube'un, -hızlı büyümesi ve kolay erişilebilir olması platformu manipülasyona elverişli kıldığından- aşırılık yanlısı gruplar, dijital vatandaşlar, siyasal figürler ve partiler tarafından çevrimiçi ortamda yürütülen radikal medya kampanyalarının yükselişine de önemli ölçüde katkıda bulunduğunu söyleyebiliriz.

#### 1.4.1 Trol Davranışları

YouTube'un propaganda aracına dönüşümüyle bağlantılı olarak trol davranışları önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Türk Dil Kurumu (2024) trolü, tekelere suyun dibinde sürüklenerek çekilen, huni biçiminde geniş ağızlı balık ağı olarak tanımlarken; internet ortamında bu terim, dikkat çekmek amacıyla provokatif ve saldırgan davranışlar sergileyen bireyleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Hardaker, 2013:58). Troller genellikle kışkırtıcı, küfürlü ve ırkçı mesajlarla dikkat çekmektedirler (Özsoy, 2015:535). Donath (1999), trollüğü kimlik aldatmacası olarak tanımlamaktadır. Schwartz (2008) ise trolleri, internette anormal davranışlar sergileyen normal bireyler olarak açıklamaktadır. Trollük, forumlar ve sosyal ağlarda kasıtlı olarak alevlendirici mesajlar paylaşma

şeklinde gerçekleşir ve özellikle genç kullanıcıların aşırı tepkilerinden beslenir (Mercimek ve diğerleri, 2015:70).

Taiwo (2014) ve Williams (2012), internet ortamındaki anonimliğin, cezasız kalma ve özgürlük hissi yaratarak, bireyleri kötü davranışlarda bulunmaya teşvik ettiğini belirtirken, Bond (1999), trollüğün anonim kimliklerle yapılan manipülasyon olduğunu vurgular. Trollük, farklı platformlarda çeşitli biçimlerde gerçekleşebilir. Örneğin, Twitter'da (X), trollük bir eğlence haline gelmiş (Karataş ve Binark, 2016) ve hedeflere yönelik saldırılar yaygınlaşmıştır (Özsoy, 2015:535-552). Taiwo (2014), trolleri iki ana gruba ayırır: tartışmalı mesajlarla konuşma başlatan troller ve başkalarının paylaşımlarını izleyerek konuyu dağıtan troller. Phillips (2012), bazı trollerin saldırgan davranışlar sergilediğini, bazılarının ise sadece diğer trolleri hedef aldığını belirtir. Trollerin kullandığı stratejiler, Hardaker (2013:58-86) tarafından altı başlıkta sınıflandırılmaktadır: *Konuyu dağıtma*, tartışmayı hedefinden saptırarak hassas konularla dikkat dağıtmayı içerir. *Aşırı eleştirme*, mesajın içeriğini değil, dilbilgisi ve yazım hatalarını eleştiren düşmanca ve aşırı tepkilere odaklanır. *Antipatik durma*, duygusal tepkileri tetiklemek amacıyla, açıkça belirtilmeden yapılan düşmanca veya provokatif yorumlarla gerçekleşir. *Tehlikeye atma*, yardım ister gibi görünerek tehlikeli tavsiyeler verip, başkalarını riskli davranışlara yönlendirme stratejisidir. Şok etme, hassas konulara karşı duyarsız ve saldırgan davranışlar sergileyerek insanları şoke etmeyi amaçlar. *Saldırma* ise hakaret ve tehdit içeren, doğrudan saldırgan ifadelerle kişileri hedef almayı içerir.

Trollük genellikle alevlendirme ile karıştırılmakla birlikte, bazı önemli farklar taşımaktadır (Mercimek ve diğerleri, 2015:71). Alevlendirme, mevcut bir tartışmayı aşağılayıcı ifadelerle şiddetlendirirken, trollük, genellikle duygusal tepkiler toplamak amacıyla konu dışı ve tahrik edici mesajlar paylaşmayı hedefler (Jane, 2015:65). Ayrıca, alevlendirme var olan bir tartışmayı gerektirirken, trollük, var olmayan bir konuyu tartışmaya açabilir. Merritt'e göre (2012: 14), trolleme (trolling) davranışının amacı -alevlendirmenin aksine- psikolojik zarar vermek veya acı çektirmek değildir.

Trollük eylemi, sosyal ağlar, vikiler, forumlar ya da YouTube gibi video temelli platformların altındaki yorumlar bölümlerinde kışkırtıcı mesaj paylaşımı yoluyla gerçekleşebilmektedir. Bu mesajlar kasıtlı olarak doğru olmayan bilgileri de içerebilmektedir.

Sonuç olarak YouTube ortamının, politik ve siyasal iletişimin ve internet üzerindeki kamusal alanda mevcut olan sosyal etkileşimin önemli bir unsuru haline geldiği düşünülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki siyasal atmosfer için de YouTube etkisinin arttığını söylemek mümkündür. Çalışmamızda 31 Mart 2024 İzmir Yerel Seçimleri bağlamında Cumhuriyet Halk Partisi İzmir Büyükşehir Belediyesi Başkan Adayı Cemil Tugay ile Adalet ve Kalkınma Partisi İzmir Büyükşehir Belediyesi Başkan Adayı Hamza Dağ'ın YouTube etkileşimlerine yönelik tematik analiz ve sosyal ağ analizini içeren bir inceleme gerçekleştirilmiştir. İçerikte rastlanan trol davranışları tablolarla listelenmiş ve veri yorumlama aşamasında trol davranışlarının kapsam dışında tutulmasına ve ayrılmasına özen gösterilmiştir.

### 1.5. Sosyal Ağ Analizi

Sosyal hayattaki ağları analiz etmek, çeşitli türlerde ilişkilerle gerçekleşen olay ve olguları anlamayı sağlayan bir röntgen vazifesi görmektedir. (Cross, 2001: 100-120). Ağ analizi çalışmaları sosyal yapılarda çıplak gözle görülmesi mümkün olmayan olgu ve olayların görülmesini sağlamakta (Kadushin, 2005: 139-153) ve aktörler arası ilişkilere odaklanmaktadır (Gençer, 2022).

Bir ağ (ya da çizge) düğümler ve kenarlardan oluşmaktadır. Sosyal ağ analizi yapabilmek için ağdaki tüm düğümler ve kenarların bilinmesi gerekmektedir. Düğümler, bir ağdaki aktörleri göstermektedir. Bu aktörler arasındaki -analizi yapılan konuya göre- arkadaşlık, aynı iş yerinde çalışma, akrabalık ya da birbirlerine yorum yazma gibi ilişkiler ise kenarlarla belirtilmektedir.

Sosyal ağ analizinde ağdaki düğümlerin (aktörlerin) önemini ve ağdaki pozisyonlarını belirlemek için merkezilik (centrality) ölçütleri kullanılmaktadır. En sık kullanılan merkezilik ölçütlerinden biri derece merkezliğidir. Her bir düğümün sahip oldukları bağlantı sayısına göre kıyaslama yapıp bir aktörün

ağ içindeki merkeziliği ve önemi hakkında bilgi edinilebilir. Düğümlerin birbirleriyle olan bağlantısını sayısal olarak belirtebilmek için dereceler kullanılmaktadır. Derece, bir düğüme bağlı kenar sayısını rakamsal olarak göstermektedir. İç derece ve dış derece olmak üzere iki çeşit derece bulunmaktadır. İç derece bir düğüme farklı bir düğümden gelen kenar sayısını, dış derece ise bir düğümden başka bir düğüme giden kenar sayısını göstermektedir (Golbeck, 2013: 9-25). Örneğin, A düğümü B düğüme yorum yazdığına bu; A düğümü için 1 dış, B düğümü için de 1 iç derecedir. A düğümü C düğüme de yorum yazarsa A düğümünün dış derecesi 2 olarak ölçülmektedir.

Sosyal ağ analizinde aktörlerin özelliklerinin yanı sıra ağın topluluk yapısını belirlemek için kullanılan ölçütler bulunmaktadır. Bunlardan biri modüleritedir. Ağın modüler yapısını, yani düğümlerin yoğun olarak birbirleriyle bağlantılı alt gruplar oluşturma eğilimini ifade eder. Bir ağdaki düğümlerin belirli alt gruplar veya topluluklar (community) içinde ne kadar iyi kümelendiğini ölçer. Yüksek modülerite değeri, alt ağın net topluluk yapısına sahip olduğunu gösterir; yani, düğümler alt topluluklar içinde sıkıca bağlı ve alt topluluklar arasında daha seyrek bağlıdır. Modülerite, ağın iç yapısını ve dinamiklerini ortaya çıkarması ve alt topluluk yapıları ile bu yapıların ağ üzerindeki etkilerini analiz etmeye olanak tanınması açısından önemli bir ölçüttür (Newman, 2006: 8577).

Ağ yapısını anlamak için kullanılan bir diğer oldu da ego ağlarıdır. Ego ağı, bir sosyal ağdaki belirli bir bireyin (ego) ve onun doğru-

dan bağlantıda olduğu diğer bireylerin (alterler) oluşturduğu alt ağı ifade eder. Ego ağları, bireylerin sosyal ilişkilerini ve bu ilişkilerin yapısını analiz etmek için kullanılır. Ego ağları, bireylerin sosyal çevreleri ve bu çevrelerle olan etkileşimlerini anlamada kritik bir araçtır (Golbeck, 2013: 9-25).

Bu çalışmada kullanıcı yorumlarının oluşturduğu sosyal ağ derece merkeziliği, modülerite ve ego ağı bağlamında ele alınmaktadır.

## 2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı; 2024 Yerel Seçimlerinde İzmir'den Büyükşehir Belediye Başkan adayı olan Cemil Tuğay ve Hamza Dağ'ın konuk oldukları "Az Önce Konuştum" programının blok halde yayınlanan bölümündeki izleyici yorumlarını içerik analizi yöntemiyle, yorumlar bağlamındaki kullanıcı etkileşimlerini de sosyal ağ analizi yöntemiyle inceleyerek adayların seçim vaatlerinin YouTube izleyicileri üzerinde oluşturduğu etkiyi araştırmaktır.

24 Şubat 2024 tarihinde "Az Önce Konuştum" YouTube kanalında yayınlanan ve moderatörlüğünü Candaş Tolga Işık'ın yaptığı program, 07.04.2024 tarihi itibarıyla 103 bini aşkın görüntülenme sayısı elde etmiştir. Program, TV 100 televizyon kanalı için iki ayrı söyleşi olarak gerçekleştirilmiş fakat bu iki bölüm birleştirilerek YouTube üzerinden tek bir video olarak yayınlanmıştır. Söz konusu yayın iki adayın aynı anda yer aldığı ve iki adayın hedef kitlesini bir araya getiren- 07.04.2024 tarihi itibarıyla- tek yayın olmasından dolayı seçilmiştir.

Bu bağlamda Şekil 1'deki araştırma süreci yürütülmüştür.



Şekil 1. Araştırma süreci

## 2.1. İçerik Analizi

Bu çalışmada yorumları analizi için nitel yöntemlerden tematik kodlama kullanılmıştır. Tematik kodlama; metin, görüşme, gözlem veya yazılı belgeler gibi nitel verilerden anlamlı temalar veya kalıplar çıkarma sürecini ifade eder (Baltacı, 2019:378). Verilerin sistematik bir şekilde incelenmesini ve kategorize edilmesini sağlar, böylece araştırmacılar verilerin altında yatan ana temaları ve bu temaların birbirleriyle olan ilişkilerini daha iyi anlayabilirler. Bu süreç, verilerin dikkatli bir şekilde okunması ve kodlanması ile başlar (Saldana, 2009). Araştırmacılar, verilerde tekrar eden kavramları ve önemli noktaları kodlarlar. Bu kodlar daha sonra birleştirilerek geniş temalar oluşturulur. Son aşamada, bu temalar daha ayrıntılı bir şekilde analiz edilir ve araştırma sorularına yanıt sağlayacak şekilde yorumlanır.

Bu bağlamda araştırmacının geçerlik ve güvenilirliği sağlamak amacıyla titizlikle yapılandırılmış adımlar izlenmiştir. Öncelikle, tüm araştırmacılar YouTube videosunun altındaki yorumları detaylı bir şekilde okuyarak veri setine aşinalık kazanmışlardır. Yorumların %20'si araştırmacılar tarafından birlikte tartışılarak kodlanmış ve bu süreç sonucunda *CT: Destek*, *CT: Eleştiri*, *HD: Destek*, *HD: Eleştiri*, *Trol*

*Yorumlar* ve *Kapsam Dışı* kodları üzerinde fikir birliğine varılmıştır. Kodların birlikte tartışılarak oluşturulması, kodlamaların geçerliliğini artırmak adına kritik bir adım olmuştur. Ardından ilk tur kodlama aşamasına geçilmiştir; yorumlar birinci yazar tarafından kodlanmış ve bu süreçte siyasal iletişim alanında faaliyet gösteren bir gazeteciden uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşünün kodlama sürecine dahil edilmesi, kodlamaların konuya özgü kavramsal tutarlılığını ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla stratejik bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Tüm araştırmacılar daha sonra bir araya gelerek tüm kodlamaları kolektif bir şekilde değerlendirmiştir. Bu değerlendirme sürecinde, Cemil Tugay'ın programdaki heyecansız tavrına ve Hamza Dağ'ın kendi partisinin logosunu kullanamamasına dair yorumların veri setinde önemli bir yer tuttuğu saptanmıştır. İlgili yorumları ayrı kodlar ile etiketlenmesinin verinin değerlendirilmesini kolaylaştıracağı görülmüş ve kodlama anahtarına *CT: Üslup Eleştiri* ve *HD: Logo Eleştiri* olarak iki yeni kod eklenmiştir. Son olarak, ikinci tur kodlama gerçekleştirilerek kodlama süreci tamamlanmıştır. İkinci tur kodlama, kodlamaların yeniden gözden geçirilmesi ve düzeltilmesini sağlayarak güvenilirliği pekiştirmiştir. Tablo 1'de kullanılan kodlar, tanımları ve örnek yorumlar sunulmuştur.

**Tablo 1:** Yorum analizinde kullanılan kodlar, tanımları ve örnekler

Kod	Tanım	Örnek yorum
CT: Destek	Cemil Tugay'a oy vereceğini belirten ve İzmir'de CHP'nin belediye hizmetlerinden memnun olan yorumlar.	"Sayın Cemil Tugay alışılmadık agresif ve gerçekdışı konuşan siyasilerin aksine iş bilir, bilgili ve tutarlı konuşuyor. Oyumuz ailecek kendisine olacaktır."
CT: Eleştiri	Cemil Tugay'dan ve/veya CHP'nin İzmir'deki belediye hizmetlerinden memnun olmayan ve eleştiren yorumlar.	"Ne sıkıntıların farkında ne de somut çözümleri var. Karşıyaka'da hiçbir şey yapmadı. Efendi biri olabilir ama dersini iyi çalışmamış ve umut vermiyor."
CT: Üslup Eleştiri	Cemil Tugay'ın videodaki üslubunu, konuşma tarzını, duruşunu eleştiren yorumlar.	"Cemil tugayda herhangi bir motivasyon ve heyecan göremiyorum sanki uykudan uyandırılıp gelmiş gibi bir izlenim veriyor."
HD: Destek	Hamza Dağ'ı öven ve oy vereceğini belirten yorumlar.	"Bence Hamza Dağ, değişim şart."
HD: Eleştiri	Hamza Dağ'dan ve/veya iktidardaki AK Parti'nin hizmetlerinden memnun olmayan ve eleştiren yorumlar.	12 yıl boyunca milletvekilliği yaptığın partiniz iktidardayken, yapmadıklarınızı Belediye başkanlığı sırasında yapacağını vaat etmek çok samimi gelmiyor, Keşke H.Dağ olarak İzmir'in sorunlarına yakından ilgi alaka gösterseydiniz.
HD: Logo Eleştiri	Hamza Dağ'ın kampanya sürecinde AK Parti'nin logosunu kullanmamasını eleştiren yorumlar.	...Hamza Dağ gibi partisini saklayan bir adaya ise asla oy vermem.
Trol Yorumlar	Birebir aynı ya da çok benzer yorumları defalarca ve arka arkaya yazan yorumlar.	Oylarımız Cemil Tugaya hayırlı olsun TR
Kapsam Dışı	İki adayı ve iki siyasal partiyi ilgilendirmeyen, 31 Mart 2024 Yerel Seçimleriyle ilişkisiz yorumlar yapan yorumlar.	İzmir Ödemiş den selam



Söz konusu videonun altında bulunan, 07.04.2024 tarihi itibarıyla, toplam 799 adet yorumun bir kısmı doğrudan video içeriğine yönelik, bir kısmı ise video hakkında yapılan yorumlara cevap niteliğindedir. Bazı yorumlar, içeriğine göre birden çok kategoriyi ilgilendirebilmektedir. Örneğin, bazı yorumlarda hem Cemil Tugay hem de Hamza Dağ eleştirilmiştir. Bu nedenle bu yorumlar hem *CT: Eleştiri* hem de *HD: Eleştiri* kategorilerine alınmıştır. Diğer bir ifadeyle bu gibi yorumlar içeriğine göre farklı kodlarla birden fazla kez kodlanmıştır. Bu nedenle videonun altına yapılan toplam yorum sayısı 799 olmasına rağmen toplam kodlama sayısı 847'dir. 48 yorum birden fazla kod ile kodlanmıştır.

YouTube yorum analizlerindeki göze çarpan bir diğer önemli nokta da trol ve kapsam dışı yorumların çokluğudur. Trol kavramı, daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi kışkırtıcı davranışlarda bulunarak sosyal medyada kontrolü ellerinde tutmak ve aktif içerik üreticisi olarak konumlandırılmak için mücadele etmektedirler. Bu mücadele, daha çok kitleye ulaşmak için farklı hesaplara karşı verilmektedir. Bu çalışmada da *Trol Yorumlar* kategorisi ağırlıklı olarak bir partinin savunucusu olup defalarca aynı veya çok benzer yorumları yazan ve görüş paylaşan partizan grubu temsil etmiştir. *Kapsam Dışı* yorumlar ise tartışma zeminin kaydığı, tartışmayı bağlamından çıkararak ve iki adayı ya da partileri değil bambaşka ve alakasız konuları odağa alan yorumları kapsamaktadır.

## 2.2. Sosyal Ağ Analizi

YouTube verileri bağlamına bireysel hesap veya kanal sahipleri (kullanıcılar/users), belirli bir kullanıcıya ait içerik kanalları (kanallar/channels), yüklenen videolar veya videoları yorumlayan kullanıcılar (yorumcular/commenters); düğüm (node) olarak tanımlanan aktörlerdir. Kenar (edge) olarak tanımlanan ilişkiler ise; bir kullanıcının veya kanalın başka bir kanala abone olması (subscriptions), kullanıcıların videoları beğenmesi (likes), kullanıcıların videolara yaptığı yorumlar (comments), videoların başka platformlarda veya kullanıcılar arasında paylaşılması (shares), bir kullanıcının belirli bir videoyu izlemesi (views), videolara eklenen etiketler (tags), YouTube'un kullanıcılarına önerdiği video-

lar ve bu öneri algoritması üzerinden oluşan bağlantılar (recommendations) ile iki veya daha fazla içerik üreticisinin ortak videolar üretmesi (collaborations) şeklindedir.

Bu çalışmada düğüm olarak *yorumcular*, kenar olarak *yorumlar* kullanılmıştır. Hangi kullanıcıların, kanalların veya videoların daha merkezi veya etkili olduğunu anlamak için ise derece merkeziliği ve modülerite değerlerine baş vurulmuş ve en aktif kullanıcıların ego ağları sosyal ağ analizi araçları kullanılarak incelenmiştir. Sosyal ağ analizleri için Gephi, YouTube Data Tools ve CommunAnalytics araçları kullanılmıştır.

## 2.3. Sınırlılıklar

Araştırma sürecinde; yorumcu davranışları, video örneklem sayısı ve veri çekme sırasında yaşanan platform kaynaklı teknik kısıtlılıklar olmak üzere üç temel sınırlılık ile karşılaşılmıştır.

İlk sınırlılık; "trol" ve kapsam dışı olarak tanımlanan yorum sayısının, tüm yorumların yaklaşık yarısını oluşturmasıdır. Toplam yorum sayısı 799 olsa da yorumların büyük bölümü, belirli bir eksen ve benzer kullanıcılar arasında ilerleyen karşılıklı tartışmalar ve trol olarak adlandırılan kişilerin aksiyonlarından oluşmaktadır. İki aday arasındaki tartışmanın, yorumlarıyla katkı sunan katılımcılar arasında homojen ve eşit düzeyde bir katılımı sürdürüldüğünü söylemek oldukça zordur. Trol yorumlarının video içeriğine dair yapılan tartışmaları ekseninden saptırması, dijital platformlarda sağlıklı bir kamuoyu tartışması yürütülmesini, kamuoyunun genel eğilimlerini ve belirli bir konuya dair hâkim görüşleri yakalamayı ciddi şekilde güçleştirmesi ciddi bir sınırlılık teşkil etmektedir. Zira birçok kullanıcı, trollerle gergin bir tartışmaya girmekten kaçınarak yorum yapmaktan geri durbilir. Böylece, aslında geniş bir kitleyi yansıması gereken yorumlar, küçük bir azınlık tarafından domine edilen, gerçek görüşleri değil yalnızca kışkırtıcı fikirleri ön plana çıkararak bir alan haline gelebilir.

Bunun yanında, adayların çok az sayıda aynı açık oturuma katılması ya da yayınlanan bölümlerin karşılıklı tartışma anlarından değil ayrı ayrı kaydedilen anlardan kurgu videoyu içermesi bir diğer sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Adayların aynı anda katıldıkları

bir program yapılabilseydi ve adayların aralarında yüz yüze tartışabileceği bir ortam yaratılabilseydi muhtemelen YouTube'da ve yorumlar kısmında çok daha yüksek bir etkileşim sağlanabilirdi. İki adayın aynı anda ya da ayrı ayrı kaydedilen bloklar halinde bulunduğu yayın sayısının azlığı da YouTube bazlı örneklem ve analiz çalışmalarını da doğal olarak kısıtlamış ve tek örneklem üzerinden YouTube yorumları arasındaki etkileşime bakılmasına neden olmuştur.

Teknik olarak bakıldığında ise YouTube yorumlarında bazı kullanıcıların isimleri etiketlenirken bazılarının etiketlenmemesi, analiz araçlarının tartışma gruplarını yakalamasını güçleştirmekte veri kaybına neden olabilmektedir.

### 3. Bulgular

Bu bölümde seçilen video altında yer alan yorumların içerik ve sosyal ağ analizine ilişkin bulgular sunulmuştur.

#### 3.1. Yorum Analizi

Yorumların içerik analizi yapıldıktan sonra kategorilere dağılımı Tablo 2'de görülmektedir. YouTube yorumları bağlamında Cumhuriyet Halk Partisi İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Cemil Tugay'a 799 yorumdan yalnızca 33 adet (%4,13) destek bulunurken, toplam 220 adet (%27,53) eleştiri yorumu tespit edilmiştir. 220 yorumun 61 tanesi (%7,63) özel olarak Cemil Tugay'ın üslubuna yöneliktir. Cemil Tugay'a yönelik üslup eleştirilerine ilişkin yorumlarda kullanıcılar Cemil Tugay'ın hevessiz, isteksiz, oldukça sakin ve heyecansız olduğunu belirtmişlerdir.

Adalet ve Kalkınma Partisi İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Hamza Dağ içinse program ve yorumlar bağlamında daha olumlu bir tablo mevcuttur. Tüm yorumların 122'si (%15,27) Hamza Dağ'a destek kategorisinde değerlendirilirken 73 tanesi (%9,14) Hamza Dağ'a yönelik eleştirilerden oluşmaktadır. Ayrıca eleştiri yorumlarının 14 tanesi (%1,75) özel olarak Hamza Dağ'ın kampanya metoduna ve parti logosu olmaksızın kullanılan görsel tasarımlara yöneliktir.

Tüm yorumlar içinde *Trol* olarak adlandırılan yorumlar %17,6 iken *kapsam dışı* yorumların oranı %32,75'tir. Özetle yaklaşık olarak yorumların %50'si yani yarısı doğrudan ve objektif olarak adaylar, söylemler, aday projeleri ya da partilerden bağımsızdır ve tartışmaya katkı sunmayacak düzeydedir. Bu iki

söylemin kategorize edildiği başlıklar aynı zamanda oransal olarak en yüksek iki orandır ve adayların destek ve eleştiri oranlarından çok daha büyük bir oranı temsil etmektedir. Bu bulgu YouTube üzerinde yalnızca yorumlara dayalı ve tekil bir video üzerinden bir seçim-sonuç analizi yapmanın zorluğunu yansıtmaya açısından da değerlidir.

Öte yandan, iki adayın aynı anda bulunduğu bir etkileşim alanı yaratması açısından örneklem olarak seçilen bu video yorumlarının dağılımları seçim sonuçları ve dahası seçim anketleriyle paralel görülmektedir. Bu durum derinlikli yeni analizleri ve çoklu örneklem incelemelerini gerekli kılmaktadır.

Kod Kategorisi	Sıklık (n)	Yüzdesi (%)
CT: Destek	33	4,13
CT: Eleştiri	159	19,90
CT: Üslup Eleştiri	61	7,63
HD: Destek	122	15,27
HD: Eleştiri	59	7,38
HD: Logo Eleştiri	14	1,75
Trol Yorumlar	137	17,15
Kapsam Dışı	262	32,79

#### 3.2. Sosyal ağ analizi

Söz konusu videonun altında bulunan toplam 799 yorum, toplam 425 kullanıcı tarafından yazılmıştır. YouTube'da paylaşılan videoların yorumlar kısmında kullanıcıların, farklı kullanıcılar tarafından yazılan yorumların altına cevap yazabilmesine imkân tanıyan bir özellik bulunmaktadır. Başka bir deyişle bir kullanıcı, farklı bir kullanıcının yazdığı bir yoruma cevap yazabilmektedir. Yapılan analiz sonucunda 799 yorum arasından 363 tanesinin (%45) bu şekilde farklı bir kullanıcının yazdığı bir yoruma cevaben yazıldığı görülmüştür.

Kullanıcıların derece merkeziliği incelendiğinde, Tablo 3'te paylaşıldığı üzere gulcinbuyuk3456, hanimdemir4940 ve oguzhanucar12475 rumuzlu kullanıcılarının en çok yorum yapan, Tablo 4'te görüldüğü gibi de Exploss1a., koray24 ve orcunuysal2816 rumuzlu kullanıcılarının en çok yorum alan kullanıcılar olduğu gözlemlenmiştir.

**Tablo 3.** En çok yorum yazan (dış derecesi en yüksek) kullanıcılar

Kullanıcılar	Yorum Sayısı
gulcinbuyuk3456	51
hanimdemir4940	22
oguzhanucar12475	18
Toplam:	91

**Tablo 4.** En çok yorum alan (iç derecesi en yüksek) kullanıcılar

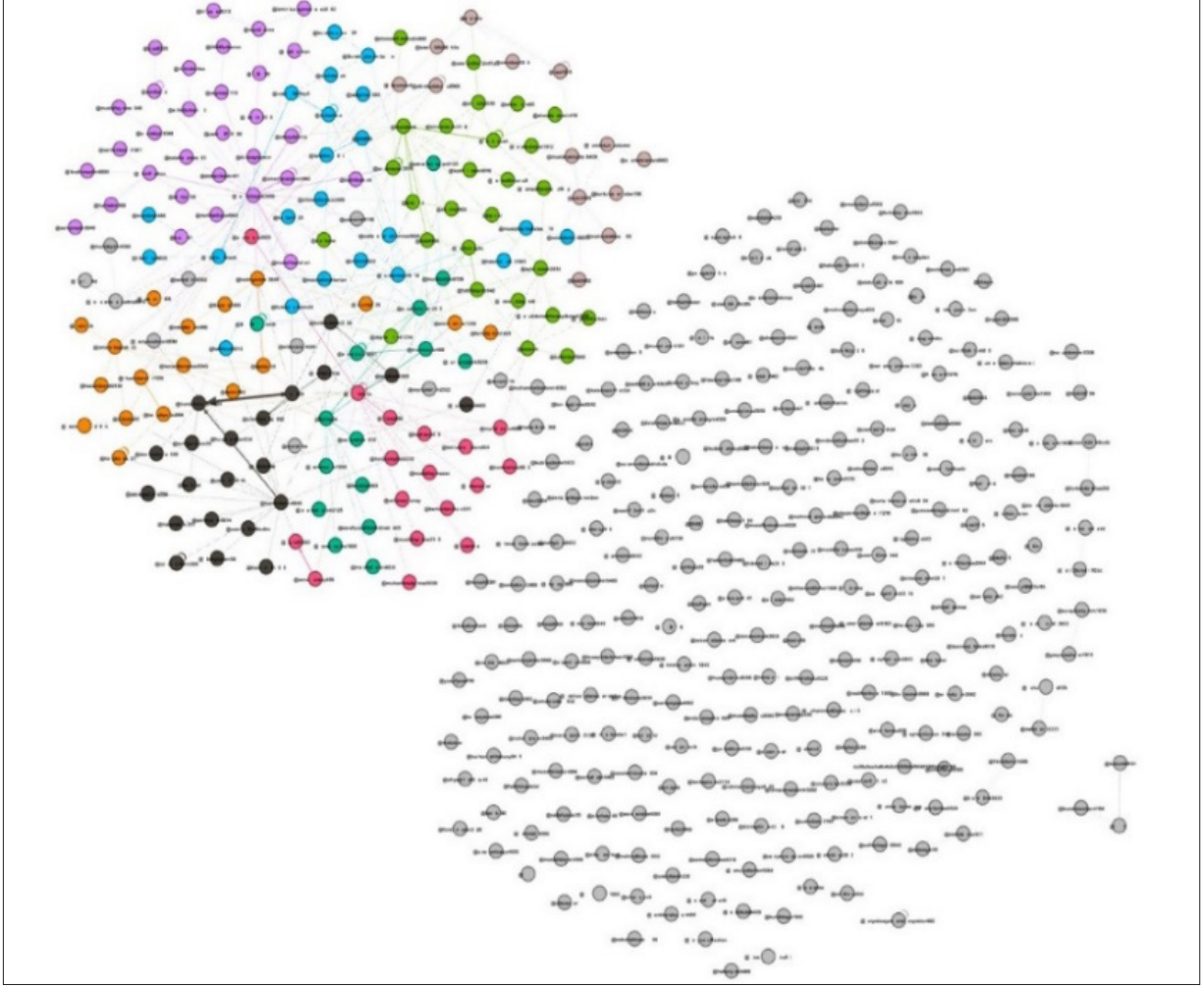
Kullanıcılar	Yorum Sayısı
Exploss1a.	32
koray24	21
orcunuysal2816	11
Toplam:	64

Gephi yazılımı kullanılarak modülerite ölçümüne göre oluşturulan Şekil 2'de düğümler gri ve renkli olmak üzere iki tipte görülmektedir. Görseli modülerite ölçümüne göre oluşturulmuş amaç, yukarıda da belirtildiği gibi düğümlerin birbirleriyle bağlantılı alt grup oluşturma eğilimini incelemektir. Şekil 2'deki gri düğümler; sadece videonun altına kendi yorumlarını yazan ve başka kullanıcılarla etkileşim kurmayanlar (dış derecesi 0 olan) ile tek bir yorumun altına kendi yorumunu yazan ve böylece en fazla tek bir farklı kullanıcıyla etkileşim kuran (dış derecesi en fazla 1 olan) kullanıcılarıdır. Bir düğümün derece değeri 0 ise, bu düğümün temsil ettiği kullanıcının diğer hiçbir kullanıcıyla et-

kileşime girmediği; derece değeri 1 ise sadece bir kullanıcının yorumuna cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Şekil 2'de görülen renkli düğümler ise en az 2 kullanıcıya yorum yazan, dolayısıyla dış derecesi 2 ve üstü olan kullanıcıları ve bu kullanıcılarla bağlantısı bulunan diğer kullanıcıları göstermektedir. Derecesi 2'den yüksek olan düğümlere, modülerite ölçümüne göre yer aldıkları alt gruplar baz alınarak farklı renkler atanmıştır.

Ağda düşük etkileşimli (gri renkli) 246 (%58) tane düğüm bulunmaktadır. Geri kalan 179 (%42) adet düğüm ise 9 tane grup altında kümelenmiştir.

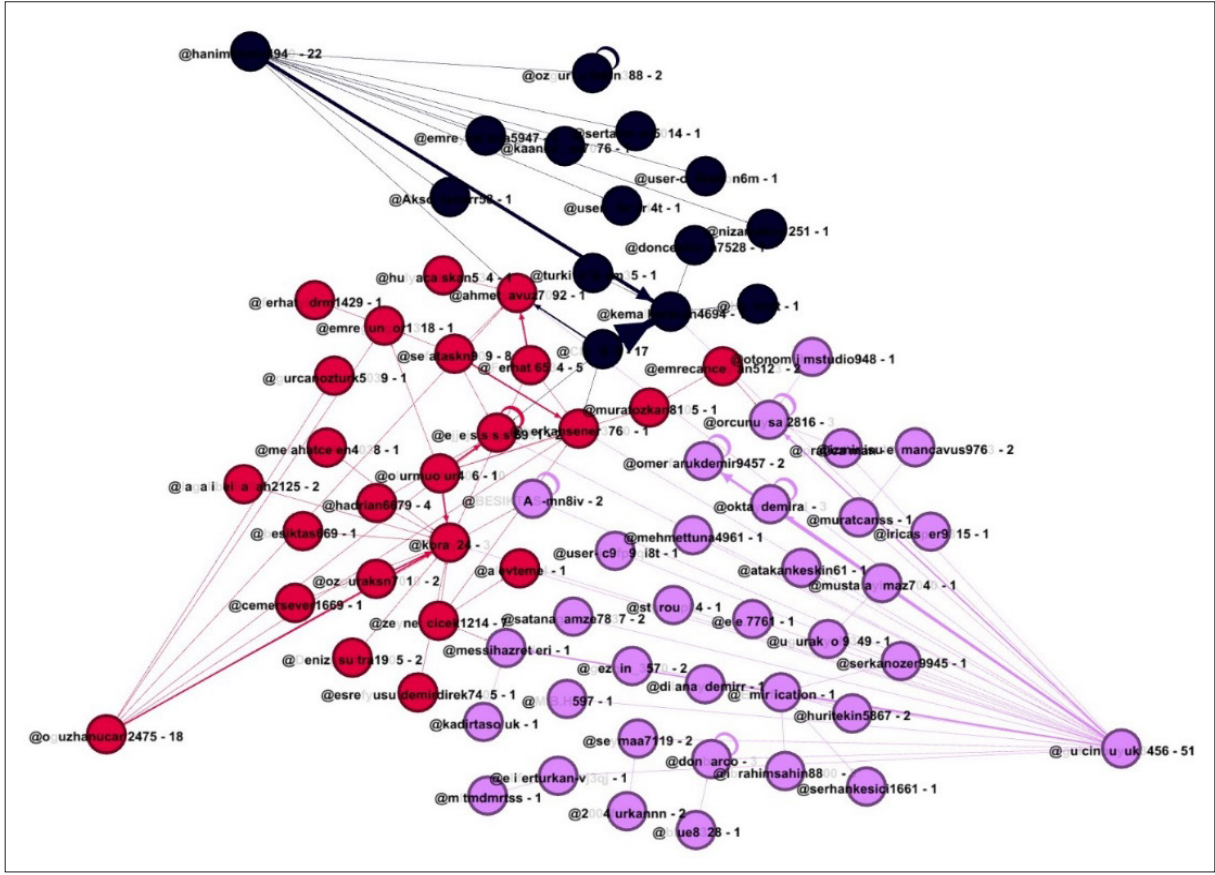


**Şekil 2.** Dış dereceye göre alt ağlar

Yapılan analizde bazı kullanıcıların diğerlerinden çok daha fazla aktif olduğu ve birbirleriyle etkileşimli yorumların önemli bir kısmını oluşturdukları anlaşılmıştır. Örneğin, farklı bir kullanıcıya cevaben yazılan 363 yorumun 51 tanesi (%12) 'gulcinbuyuk3456' rumuzlu bu kullanıcı tarafından yazılmıştır. Bu kullanıcı aynı zamanda en çok yorum yazan kişidir. Şekil 3'de 'gulcinbuyuk3456' rumuzlu kullanıcının yaptığı etkileşimler sonucu oluşan ego ağı görülmektedir. Bu kullanıcı, yazdığı 51 yorumun tümünü farklı kullanıcıların yazdıkları yorumların altına yapmıştır. Şekil

3'de dış derecesi, 51 olarak isminin yanında yer almaktadır. Öte yandan, bu kullanıcının yazdığı yorumlar incelendiğinde hemen hepsinin benzer içerikte olduğu anlaşılmıştır. Öyle ki, kullanıcının yorumlarının çoğunda "Oylarımız Cemil Tugay'a hayırlı olsun" ve benzeri cümlelerin kurulduğu tespit edilmiştir. Yukarıda belirtildiği gibi trollerin tipik davranışları arasında benzer veya aynı yorumları defalarca arka arkaya yazmak yer almaktadır. Bu nedenle "gulcinbuyuk3456" rumuzlu kullanıcının bir trol olduğu düşünülmektedir.





Şekil 4. Dış derecesi en yüksek düğümler ve oluşturdukları ağlar

### Sonuç ve Tartışma

24 Şubat 2024 tarihinde "Az Önce Konuştum" YouTube kanalında yayınlanan ve moderatörlüğünü Candaş Tolga Işık'ın yaptığı programa adaylar ayrı ayrı konuk olsa da sonradan bu iki yayın birleştirilmiştir. Dolayısıyla, aldığı izlenme sayıları ve etkileşimler de dikkate alınarak her iki büyükşehir belediyesi adayının olası seçmen veya taraftarlarının aynı anda bulunduğu ve interaktif tartışmaya girdiği bir yayın olarak tanımlanabilir. Yayının 07.04.2024 tarihi itibarıyla aldığı YouTube yorumlarına yönelik olarak sosyal ağ analizi ve içerik analizi yöntemleriyle yapılan incelemeler sonucunda Ak Parti İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Hamza Dağ'ın, rakibi olan Cumhuriyet Halk Partisi İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Cemil Tugay'a oranla daha olumlu bir kampanya yürüttüğü ve YouTube yayınındaki seçmen algısının da bu yönde olduğu söylenebilir.

Bunun yanında, Ak Parti adayı Hamza Dağ'ın

yorum analizlerine göre oransal olarak daha pozitif bir algıya sahip olduğu söylenebilir. Söz konusu pozitif algının; Hamza Dağ'ın özellikle proje bazlı konuşmaları, rakibi olan adayın partisinin yaklaşık 20 yıldır kenti yönetiyor olmasından kaynaklanan iktidar yorgunluğunun Hamza Dağ'a sağladığı avantaj ve kişisel mizacının etkisi ile oluştuğu gözlemlenmiştir. YouTube yorumları analiz edildiğinde Hamza Dağ'a yönelik negatif eleştiriler; kampanya sürecinde Ak Parti logosunu kullanmaması, Ak Parti'nin İzmir özelindeki negatif imajından kendini kurtarmaya çalışması ve bu bağlamda samimiyetsiz davrandığı iddiaları ekseninde yoğunlaşmaktadır.

Sonuç olarak yerel seçim sonuçlarıyla iki adayın aynı anda yer aldığı ve yüksek etkileşim alan tek ortak yayınının dijital içerik analizlerin seçim sonuçlarıyla uyumlu olmadığı söylenebilir. Bu durum YouTube bazlı yorum ve analizlerin değerli olduğunu fakat seçimin daha derinlerde saklı kendine özgü sosyolojisini ve dinamiğini çözmede yetersiz ka-

labileceğini ortaya çıkarmaktadır. Örneklem sayısının artırılarak daha derin sosyal ağ ve içerik analizlerinin yapılmasının sosyolojik bulguların ve seçim dinamiğinin daha iyi irdelelenebilmesi adına daha sağlıklı olacağı öngörülebilir. Seçim dinamikleri gereği Cumhuriyet İttifakı'nın tek adayda uzlaşması, Cemil Tugay'ın müstakil aday olarak gösterilmesi ve DEM Parti ile İyi Parti'nin kendi ideolojilerine uygun güçlü adaylar göstermeleri, Cumhuriyet Halk Partisi ve Cemil Tugay'ın oylarını dikkate değer şekilde düşürmemiştir. YouTube özelinde yaptığımız çalışmadaki sosyal ağ ve kodlanan yorumların analizleri ise seçime yönelik bir tahmine büründürüldüğünde Ak Parti Adayı Hamza Dağ'ın yerel seçimde aldığı oydan daha fazlasını elde edebileceğine dair bulgular içermektedir. Aynı zamanda yerel seçim döneminde yapılan pek çok anket de Hamza Dağ ile Cemil Tugay'ın oy oranlarının arasındaki farkın geçmiş yıllardaki benzerlerine göre daha az olabileceğini öngörmüştü. Cumhuriyet Halk Partisi oylarında geçmiş yıllara göre 10 puanlık bir azalış olsa da bu müstakil adaylarla katılım (Dem Parti ve İyi Parti) ve Millet İttifakının dağılması sebebine bağlanabilir.

Ak Partinin yerel seçim oy oranının bir önceki yerel seçimde Ak Parti İzmir Büyükşehir Belediye başkan adayı olan Nihat Zeybekçi dönemindeki Ak Parti oylarıyla çok benzer olması ise sosyal medya ve dijital araçlardaki Hamza Dağ hareketliliğinin aslında tam olarak gerçekçi olmadığı ya da sandığa yansımalarının farklı olduğu noktasında bir yaklaşımı ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak, kullanıcı davranışları, adayların yüz yüze aynı açık oturumda bulunmaması ve teknik nedenlerden doğan diğer bazı sınırlamalarla karşılaşılsa da yapılan analizler ve YouTube bazlı siyasal iletişim araştırmamızın sonuçlarıyla adayların profillerine, övgü ve eleştiri aldıkları kriterlere dair genel saptamalar yapmak mümkün olmuştur. Yapılan yorumların ne kadarının homojen ve yaygın bir politik tartışma düzleminde ilerlediği ya da ne kadarının farklı amaçlarla ortamda yorum yapan bir azınlık gurubun yönlendiriciliğinde üretildiği konusunda çeşitli saptamalar yapmamızı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular YouTube izleyicilerinin büyük bölümünün pasif izleyici konumunda kaldığını göster-

mektedir. Bu durum yapılan yorum ve etkileşimlerin içerik yapısından anlamlı bir analiz yapılabilmesini zor kılmaktadır.

Yorumların büyük çoğunluğunun çok az sayıda kullanıcı tarafından yapılmış olması ve videonun örneklem darlığı makro çerçevede bir siyasal öngörü ya da etkileşim ölçümü yapma adına bazı kısıtları da beraberinde getirmektedir. Bu durum %1 kuralı (Nielsen, 2006) olarak bilinen ve (Varyantlarıyla ve güncellemelerle birlikte 1-9-90 ya da bazen 90-9-1 prensibi veya 89:10:1 oranı) kullanıcıların hem içerik oluşturabildiği hem de düzenleyebildiği web siteleri için, insanların %1'inin içerik oluşturduğunu, %9'unun bu içeriği düzenlediğini veya değiştirdiğini ve %90'ının katkıda bulunmadan içeriği görüntülediğini belirten kuramla uyumlu görünmektedir.

### Extended Abstract

The digitalization of media has led to numerous innovations in political, cultural, and economic domains, giving rise to a new field of political communication as an alternative to conventional media. As a result, the significance of utilizing social media in election campaigns has steadily increased and become permanent. With digital methods now competing with and surpassing traditional campaign methods, political communicators are emphasizing video-focused content for digital platforms alongside conventional campaigns. In recent years, YouTube has become particularly prominent for its agenda-setting capacity within Turkey's electoral dynamics. Its digital environment and follower sociology have positioned YouTube as one of the key political agenda-setters.

In this study, we analyze the viewer comments on the YouTube program "Az Önce Konuştum," which features the mayoral candidates for the Izmir Metropolitan Municipality in the context of the 2024 Izmir Local Elections. The study employs content analysis to examine the viewers' comments on the episode focused on the Izmir Local Elections. Additionally, it uses social network analysis to investigate user interactions among the comments, identifying the key aspects of the candidates' promises and their impact on

YouTube viewers. When looking at the user comments on the YouTube program featuring AK Party's Izmir Metropolitan Municipality mayoral candidate Hamza Dağ and CHP's Izmir Metropolitan Municipality mayoral candidate Cemil Tugay, it is found that the perception of Hamza Dağ is more positive than that of Cemil Tugay. However, considering that Tugay won the elections, it can be said that the digital content analyses do not align with the local election results.

Although Candaş Tolga Işık separately hosted the candidates in the TV program, the two broadcasts were later combined and published as one video on YouTube. Considering the number of YouTube views and interactions the video received, it can be defined as a broadcast where potential voters or supporters of both metropolitan municipality candidates were present simultaneously and engaged in interactive discussions.

Based on social network and content analysis methods applied to the YouTube comments as of April 7, 2024, it can be said that AK Party's Izmir Metropolitan Municipality mayoral candidate Hamza Dağ conducted a more positive campaign compared to his rival Cemil Tugay of CHP, and that voter perception on the YouTube broadcast was also in this direction.

According to comment analyses, Hamza Dağ is perceived positively. This positive perception is attributed to his project-based speeches, the advantage of the opponent party's 20-year administration of the city, and his demeanor. However, he faced negative criticisms during the campaign for not using the AK Party logo and attempting to distance himself from the AK Party's negative image in Izmir, leading to accusations of insincerity.

Furthermore, the digital content analyses of the single joint broadcast featuring both candidates simultaneously, which received high interaction, do not align with the local election results. According to our results, the AK Party's candidate, Hamza Dağ, could have obtained more votes than he did in the local election as many polls -conducted during the local election period- predicted that the difference in vote percentages between Hamza

Dağ and Cemil Tugay would be smaller than in similar elections in previous years. Hence, while valuable, YouTube-based comments and analyses may need to be revised to decipher the unique sociology and dynamics of the election. Increasing the sample size and conducting deeper social network and content analyses could provide an accurate examination of sociological findings and election dynamics.

YouTube users' interactions are also limited. Some users can be classified as 'trolls,' and trolls drown out the real commenters. User comments are lost among posts aimed at trolling. For example, approximately 50% of the comments are directly and objectively unrelated to the candidates, discourses, candidate projects, or parties and do not contribute to the discussion. A small number of users who made many YouTube comments under the relevant video can also be considered a limitation. This situation is consistent with the rule of 1%, which states that for websites where users can create and edit content, 1% of people create content, 9% edit or change it, and 90% view the content without contributing. The findings reveal that a large portion of YouTube viewers remain passive viewers. This situation makes it difficult to conduct meaningful analysis based on the content structure of the comments and interactions.

On the other hand, the number of broadcasts with two candidates present simultaneously or separately in blocks is limited. That naturally limits YouTube-based sample and analysis studies and leads to examining interactions among YouTube comments based on a single sample.

In conclusion, it has been possible to make broad determinations about the profiles of the candidates and the criteria for which they received praise and criticism based on our YouTube-based political communication research results. The findings also allow us to determine how much of the comments are progressing on a homogeneous and widespread political discussion platform or how much is produced under the manipulation of a minority group making comments for trolling purposes.



## Kaynakça

- Ağcasulu, H. (2019). Sosyal Bilimlerde Ağ Yaklaşımının Gelişimi ve Mikro Ağ Kuramları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 1954.
- Aydoğan, F., & Akyüz, A. (2010). İkinci medya çağında İnternet. *İstanbul: Alfa Yayınları*.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368 - 388. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Bayram, N., Gürsakal, N., & Bilgel, N. (2009). Counterproductive work behavior among white-collar employees: A study from Turkey. *International journal of selection and assessment* 17(2), 180-188. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2009.00461.x>
- Borgatti, S. P.-L. (2012). Network Theory. *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*.
- Bowyer, B. T., Kahne, J. E., ve Middaugh, E. (2015). Youth comprehension of political messages in YouTube videos. *New Media & Society*, 19(4), 522-541.
- Burgess, J. ve Green, J. (2009). *YouTube online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Castells, M. (2013). *Ağ toplumunun yükselişi / Enformasyon çağı* (Cilt 1). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Castells, M., & Kumar, M. (2014). A conversation with Manuel Castells. *Berkeley Planning Journal*, 27(1), 93-99.
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2008). The Collective Dynamics of Smoking in a Large Social Network. *The New England Journal of Medicine*, 358(21), 2249- 2258. DOI: 10.1056/NEJMsa0706154
- Cross, R. P. (2001). Knowing what we know: Supporting knowledge creation and sharing in social networks. *Organizational Dynamics*, 30(2), 100-120 DOI: 10.1016/S0090-2616(01)00046-8.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda olgusu ve propagandanın Amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 239-265.
- Divanoğlu, S. U. (2017). Siyasal iletişim sürecinin belirleyicileri. *The Journal of Academic Social Science*, 9(62) 399-415. DOI: 10.9761/JASSS7454
- Doğu Öztürk, İ., & Zeybek, B. (2020). Siyasal iletişim kampanya aracı olarak video içerik paylaşım ağı YouTube: 23 Haziran 2019 İstanbul yerel seçimi üzerine bir değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(35), 92-114. <https://doi.org/10.17829/turcom.600528>
- Donath, J. S. (1999). *Identity and deception in the virtual community*. (M. A. Smith, & P. Kollock, Eds.). Communities in cyberspace. London: Routledge
- Oxford Economics (2023). *YouTube'un Türkiye'deki Ekonomik, Toplumsal ve Kültürel Etkisi*. Oxford Economics. <https://www.oxfordeconomics.com/resource/YouTube-turkiye/>
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci medya çağında İnternet*. İstanbul: Alfa.
- Emruli, S., Zejneli, T., ve Agai, F. (2011). YouTube and political communication—Macedonian case. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1109/1109.2684.pdf>
- Fuchs, C. (2011). An alternative view of privacy on Facebook. *Information*, 2(1), 140-165. <https://doi.org/10.3390/info2010140>
- Gençer, M. (2022). *Uygulamalı sosyal ağ analizi*. İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi.
- Golbeck, J. (2013). *Analyzing the social web*. CA: Morgan Kaufmann
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1(1983), 201-233.
- Hardaker, C. (2013). Uh... not to be nitpicky, but... the past tense of drag is dragged, not drug. *Journal of Language Aggression and Conflict*, 1(1), 60. doi:10.1075/jlac.1.1.04har
- İslamoğlu, A.H. (2002). *Siyaset pazarlaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. *Ethics and Information Technology*, 17(1), 65-87. doi:10.1007/s10676-015-9362-0
- Kadushin, C. (2005). Who benefits from network analysis: Ethics of social network research. *Social Networks*, 27(2), 139-153. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2005.01.005>
- Karakuş, M. (2021). Gelenekselden dijital propaganda araçlarının dönüşümü. *Selçuk İletişim*, 14(1), 462-491. <https://doi.org/10.18094/josc.776626>
- Karataş, Ş., & Binark, M. (2016). Yeni medyada yaratıcı kültür: Troller ve ürünleri 'Caps'ler. *TRTakademi*, 1(2), 426 - 448.
- Kenet, B. N. (2019). Toplumsal cinsiyet rollerinin

- Türkiye YouTube mecrasına yansması: En çok takip edilen on içerik kategorisi kapsamında YouTuber'ların cinsiyet ve yaşlarına göre dağılımı. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 14(1), 106-132.
- Korkut, Y. (2022). Siyasal iletişimde bir araç olarak YouTube kullanımı. *Atatürk İletişim Dergisi*, (23), 30-35.
- Özsoy, D. (2015). Tweeting political fear: Trolls in Turkey. *Journal of History School (JOHS)*, 12, 535-552. doi:10.14225/Joh750
- Mercimek, B., Dulkadir Yaman, N., Kelek, A. ve H. F. Odabaşı (2016). Dijital dünyanın yeni gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 67-77.
- Merritt, E. (2012). An analysis of the discourse of Internet trolling: A case study of Reddit.com (Unpublished PhD. thesis). Mount Holyoke College, Massachusetts.
- Milgram, S. (1967). The Small-World Problem. *Psychology Today*, 1(1), 61-67.
- Moreno, J. (1934). *Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations*. Washington, D. C.: Nervous and Mental Disease Publishing Co.
- Newman, M. E. (2006). Modularity and community structure in networks. *PNAS*, 103 (23) 8577-8582. <https://doi.org/10.1073/pnas.0601602103>
- Nielsen, J. (2006, 10 8). *Nielsen Norman Group*. The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities: <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Öztaş, N., & Acar, M. (2004). Ağbağ analizine giriş: Kavramlar ve yöntemler içinde *Çağdaş Kamu Yönetimi II Konular Kuramlar ve Kavramlar*. Ankara: Nobel.
- Pantti, M. (2015). Grassroots humanitarianism on YouTube: Ordinary fundraisers, unlikely donors, and global solidarity. *International Communication Gazette*, 77(7), 622-636.
- Phillips, W. (2012). What an academic who wrote her dissertation on trolls thinks of Violentacrez. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/what-an-academic-who-wrote-her-dissertation-on-trolls-thinks-of-violentacrez/263631/>
- Saldana, J. (2009). *The coding manual for qualitative researchers*. London: Sage.
- Sayre, B., Bode, L., Shah, D., Wilcox, D., & Shah, C. (2010). Agenda setting in a digital age: Tracking attention to California Proposition 8 in social media, online news and conventional news. *Policy & Internet*, 2(2), 7-32. DOI: 10.2202/1944-2866.1040
- Söztutar, M. (2022). Ağ toplumu yaklaşımının kırsal alanların dönüşümü üzerine etkileri. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30. Yıl özel sayısı, 59 - 76. <https://doi.org/10.18026/cbayar-sos.1067189>.
- Schwartz, M. (2008, Ağustos). The trolls among us. <http://www.nytimes.com/2008/08/03/magazine/03trolls-t.html>
- Taiwo, R. (2014). Impoliteness in online forums: A study of trolling in Nairaland içinde (Chiluwa, P. Ifukor & R. Taiwo, Eds.), *Pragmatics of Nigerian English in Digital Discourse*. Munich: Lincom Europa.
- Türk Dil Kurumu (2024). <https://sozluk.gov.tr/>
- Van Dijk, J. A. (2006). The network society, social aspects of new media. J. A. Van Dijk içinde, *The Network Society, Social Aspects of New Media*. London: SAGE Publications.
- Vesnic-Alujevic L. ve Van Bauwel, S. (2014). YouTube: a political advertising tool? A case study of the use of YouTube in the campaign for the european parliament elections. *Journal of Political Marketing*, 13(3), 195-212.
- WeAreSocial. (2023). *Dijital 2023*. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>
- Williams, Z. (2012, June). What is an internet troll? <http://www.theguardian.com/technology/2012/jun/12/what-is-aninternet-troll>
- Yıldırım, A. F. (2023). *Ağ Toplumu / Network Society*. Konya: İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi (İTAM).

# MEDYA PSİKOLOJİSİ ÇERÇEVESİNDE SAĞLIKTA SÖZEL ŞİDDET KAPSAMINDA DOKTORLARA YÖNELİK OLUMSUZ SÖYLEMLERİN YENİDEN ÜRETİMİ: HABER MEDYASI VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ\*

Elif Hatice BAHÇECİOĞLU\*\*

## REPRODUCTION OF NEGATIVE DISCOURSES TOWARDS DOCTORS WITHIN THE SCOPE OF VERBAL VIOLENCE IN HEALTH WITHIN THE FRAMEWORK OF MEDIA PSYCHOLOGY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF NEWS MEDIA AND SOCIAL MEDIA

### Özet

Sağlık çalışanlarına, bilhassa da doktorlara yönelik şiddet, evrensel bir sorun olmakla birlikte son yıllarda ülkemizin temel toplumsal meselelerden biri olarak yer almaktadır. Bunun için sağlıkta şiddeti önlemeye dair atılan adımlar önemli bir gelişmeyi gösterse de şiddetin yaygınlaşmasında medyanın rolü göz ardı edilmektedir. Zira sağlıkta şiddet ne tek türdedir ne de sadece topluma özgüdür. Günümüzde haber medyasının doktorlara yönelik yeniden ürettiği olumsuz söylemler, dünden bugüne kemikleşen, hatta sıradanlaşarak kanıksanan ifadelerdir. Oysa bu söylemlerin etkisi, insanların diline bile sirayet edebilecek kadar büyük olabilir. Bu çalışma doktorlara yönelik olumsuz söylemleri, medya psikolojisi çerçevesinde etki paradigmasının yansımalarıyla ortaya koymayı ve yöndeşme kültürünün medya içerikleri arasındaki etkileşimiyle açıklamayı amaçlamıştır. Bu amaçla haber medyası ile Twitter kullanıcılarının doktorlara yönelik bakış açıları, Gerge Gerbner'in Kültürel Göstergeler teorisi kapsamında mesaj sistem çözümlemesi yöntemine uygun olarak incelenmiş ve benzer söylemlerden örnekler sunulmuştur. Böylece medyanın bir kültürü, psikolojisi, ideolojisi insanların bilincine eklemek suretiyle, doktorlara yönelik söylemleri yeniden ürettiğine dikkat çekerek sözel şiddetteki rolü açığa çıkarılmıştır. Bu durum zihinsel yapıların nasıl şekillendiğine bağlı olarak dolaylı yoldan fiziksel şiddeti körükleyen unsurlar arasında da sayılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya Psikolojisi, Etki Paradigması, Yöndeşme, Sağlıkta Şiddet, Doktor.

### Abstract

Violence in health is a universal problem, and it has been one of the main social problems of our country in recent years. For this, although the steps taken to prevent violence in health show an important development, the role of the media in fueling violence is ignored. Because violence in health is neither of a single type nor unique to the society. The negative discourses reproduced by the news media against doctors are expressions that have become entrenched from past to present and even become commonplace, take for granted. However, the impact of these discourses is so great that it even spreads to people's language. This study aimed to reveal the negative discourses towards doctors with the reflections of the impact paradigm within the framework of media psychology and to explain it with the interaction between the media contents of the convergence culture. For this purpose, the perspectives of news media and Twitter users on topics related to doctors were examined in accordance with the message system analysis method within the scope of George Gerbner's Cultural Indicators theory and examples from similar discourses were presented. Thus, the role of the media in verbal violence has been revealed by drawing attention to the fact that the media affects the discourses, comments and actions towards doctors by planting a culture, psychology and ideology into people's consciousness.

**Keywords:** Media Psychology, Impact Paradigm, Convergence, Violence in Health, Doctor

\*Çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Bilim Dalı'nda yürütülen ve 2211-A Yurt İçi Doktora Burs Programı kapsamında TÜBİTAK tarafından desteklenen "Medyada Doktorlara Yönelik Nefret Söylemiyle Mücadelede Yeni Bir Söylem Arayışı" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Dr., Bağımsız Araştırmacı, elifbahcecioglu@gmail.com, Orcid: 0000-0002-6747-9250

Makale Geliş Tarihi: 09.11.2024, Makale Kabul Tarihi: 14.12.2024

## Giriş

Şiddet olgusu, geçmişten günümüze çeşitli olumsuz etkilerle insanların günlük hayatlarında bir şekilde farklı yerlerde karşılaştığı ve farklı türlerine maruz kaldığı toplumsal bir sorundur. Sağlıkta şiddet ise tarihsel perspektifte yabancı düşmanlığı, etnik köken farklılığı, görüş ayrılıkları gibi sebeplerle toplumda oluşabilen çatışmaların, mikro bir grup olarak bir mesleğin üyelerine yönelik de gerçekleştiğinin göstergesi ve bir tarafgirlik içerisinde hiyerarşik konuma bağlı olarak geliştiğinin resmidir (Bilici, 2020). Öyle ki sağlıkta şiddet, sadece fiziksel türde ve toplum içinde yaşanan bir durum da değildir. Zira toplumdaki fiziksel şiddeti tetikleyen unsur, doktorlara yönelik olumsuz ifadelerde, özellikle de haber medyasının yeniden ürettiği söylemlerde görmek mümkündür.

“Sağlıkta şiddet” sorunu söz konusu olduğunda, hasta ve/veya hasta yakınları tarafından bir sağlık çalışanına yönelik gerçekleştirilen, üstelik fiziksel eylem boyutuna işaret eden bir şiddet türü kastedilse de ağırlıklı olarak sözel türde gerçekleştiği ve bizzat medya mensupları tarafından nefret söylemine varacak raddeye gelebildiği belirtilmektedir (Albay, 2023, s. 39; Bahçecioğlu, 2022a). Zira gazetecilerin olayları haberleştirirken zaman baskısı, çerçeveleme zorunluluğu, kitlelerin beklentileri vb. gibi birçok unsur politik, ekonomik ve editoryal gerekçelerle gözetmesi gerekir. Bu durum, haber sitelerinin ziyaret sayısını artırma amacıyla toplumda infial yaratacak veya felaket, endişe, heyecan gibi duygular uyandıracak haber başlıkları tercih edip olayların sansasyonel bir anlatıya dönüştürülmesine yol açmaktadır (Geçer, 2018; Taylan ve Ünal, 2017). Bu anlatı biçimiyle servis edilen haberler arasında doktor temalı konular da yer almaktadır. Geçmişten günümüze bilhassa “doktor hatası”, “doktor ihmali”, doktorların kötü davranışları gibi kalıp yargı haline gelen haber içerikleriyle birlikte, zaten tarihi, sosyal ve kültürel bağlamda insanların doktorlar hakkında diyalektik biçimde benzer yargılara sahip olması, olumsuz söylemleri görünür kılmakta ve bu söylemlerin yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Bu olayların daha yargı

süreci tamamlanmadan haberleştirilmesi ise doktorlara karşı egemen ideolojinin hâkim rolüne işaret edebilir (Bahçecioğlu, 2022b; Bahçecioğlu, 2024). Bu durumun uzun vadede fiziksel şiddet olaylarının artmasına neden olduğu ve doktorların mesleklerini tanımlayan kamu güvenini yitirmelerine yol açtığı savunulmaktadır (Supe, 2017; Weitz, 2007: 334).

Çalışma, medya psikolojisi çerçevesinde haber medyası ile Twitter<sup>1</sup> kullanıcılarının söylemleri arasındaki ilişkiye temas etmekte, egemen söylemlerin zihinsel yapıları nasıl şekillendirdiğine bağlı olarak yöndeşik medyanın etkisine dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, doktorlara yönelik olumsuz söylemleri yeniden üretme noktasında medyanın sözel şiddetteki rolünü ortaya koymaktır. Çalışma COVID-19 sürecinin Türkiye’de ilk vaka olarak ortaya çıktığı 11 Mart 2020 tarihini takiben iki yıllık süreci kapsamaktadır. Çalışmanın örneklemini oluşturan internet haberlerine anahtar kelimeler kullanarak amaçlı örneklem doğrultusunda rastgele tarama yönetimiyle ulaşılırken, Twitter verileri için doktor temalı #sonhekimgitmeden ve #doktorbakanlığı hashtag’leriyle atılan gönderilerin etkileşimleri dikkate alınmıştır. İncelemeler sonrasında doktorlara yönelik haber söylemi ile Twitter kullanıcılarının söylemleri arasında bir paralellik olduğundan söz edilebilir.

## Medya Psikolojisi

Psikoloji bilimi, birey ve toplum hayatındaki yaşananlara ilişkin ortaya çıkacak yeni perspektifler doğrultusunda kendini biçimlendiren, daha önce büyük ölçüde benimsenmiş kavramlara karşı gelirken yeni gelişmelere açık olan son derece devingen bir alan olarak varlık göstermektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, medya psikolojisinin önem kazanmasını sağlamıştır (Saltık, 2021: 50). Yaşanan gelişmelere paralel olarak teknolojik buluşlarda insanın ruhunu ve duygularını anlama çabasında olan psikoloji, önemli boşlukları doldurmaktadır. Hem bireysel hem toplumsal etkileşimler dikkat alındığında ise medya ve psikolojinin arasın-

<sup>1</sup> Araştırmanın gerçekleştiği süreçte, şu an ‘X’ olarak nitelendirilen mecra, ‘Twitter’ olarak adlandırıldığı için bu isim kullanılmıştır.

da veya her ikisinin meydana getirdiği söylem arasında da kopmaz bir bağ olduğundan söz etmek gerekir. Zira her iki alanda da insanı çevreleyen dünyayı anlamlandırma konusunda bir gayret ve bunları açıklama çabası bulunmaktadır (Geçer, 2019: 423).

İnsan davranışlarının medya teknolojileriyle kesiştiği her noktaya değer katan medya psikolojisi, teknolojinin etkilerini anlamada önemli bir rol üstlenir. Öyle ki kimi medya çalışmalarından farklı olan medya psikolojisi, sadece içerikle değil tüm sistemle ilgilenmektedir. Bu nedenle başı ve sonu olmadığı için medya psikologlarının amacı, insan davranışı, biliş ve duygulara dair bir anlayışı medya teknolojilere dair eşit bir yaklaşımla birleştirip çeşitli sorulara cevap aramaktır (Rutledge, 2010: 1-2). Bu süreci özellikle gazetecilik ve medya açısından irdeleyerek tartışmak ve belli kodlarla tanımlamak, medyanın günümüzdeki yerinin daha “şeffaf” biçimde görülmesine yardımcı olacaktır. İşte medya psikolojisi olarak adlandırılan bu kavram, medyanın kendi içinde taşıdığı psikolojik anlamları, süreçleri ve gücü içermektedir (Oğuz, 2018: 87).

Medya ve psikoloji arasındaki ilişkiyi kavrayabilmek adına medya psikolojisine yönelik geçmişte yapılan çalışmaları ele almak önemlidir. Bu bağlamda geçmişte yoğun olarak ele alınan çalışmalar, o zamanın koşullarına göre yaygın olan kitle iletişim araçlarını psikolojik unsurlarla değerlendiren araştırmalarla ilgilidir. Örneğin bir dönemin yaygın kitle iletişim aracı sinemayken, bir başka dönem sinemaya ek olarak radyoyu, televizyonu ve basını merkeze alan çalışmalar ilgi odağı olmuştur (Yıldırım, 2017: 31). Ancak temelde medya psikolojisine ilişkin yapılan ilk çalışmalar, o dönemin kaygıları doğrultusunda radyo reklamcılığı ve propagandanın etkisine odaklanmıştır (Giles, 2003: 19). Çünkü İkinci Dünya Savaşı ile psikolojik savaş ve uygulamalı iletişim araştırmaları desteklenmiş ve savaş sırasındaki propaganda çalışmaları esnasında, sosyal bilimciler arasında çeşitli ilişki ağları kurulmuştur. Bu ilişki ağları sayesinde savaştan sonra siyaset bilimi, sosyoloji, sosyal psikoloji ve iletişim alanlarında belli yönlerde gelişmeler olması, psikolojik operasyonlarla birlikte iletişim araştırmalarının yürütülmesini sağlamıştır (Erdoğan, 2014: 59).

İletişim araştırmalarında psikolojideki bu gelişmeler, 1920’lerden itibaren güçlü bir yere sahip olarak ana akım iletişim araştırmacıları için önem teşkil etmiş ve en fazla üzerinde durulan konu, “mesajın etkisi” olmuştur (Tekinalp & Uzun, 2004: 75). Bu anlamda araştırmacılar, basın aracılığıyla yapılan propagandaya ve bunun kamuoyu oluşturmadaki etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla bu tür araştırmaların iletişim araçlarının kitleleri nasıl etkilediği sorusuna yanıt araması, psikoloji ve medya alanlarını kesiştiren çalışmaların ortaya çıkmasına yol açmıştır (Yaylagül, 2010: 22).

Özetle medya psikolojisi, “medya etkileri”, “medya seçimi”, “medya alımlaması”, “bilgisayar dolayimli iletişim”, “sanal ortam” gibi konular etrafında şekillenerek, belli psikolojik unsurların incelendiği araştırmalardır. Bu doğrultuda araştırmalar kimi zaman medya kullanımının yarattığı ruh haline odaklanırken kimi zaman bilişsel süreçlerin medya kullanımının farklı süreçlerindeki rolüne yoğunlaşmış, kimi zamansa medyanın algı yönetimini nasıl gerçekleştirdiği üzerine durmuştur (Yıldırım, 2017: 58). Ancak medya psikolojisi kavramı, esas olarak yeni iletişim araçlarının gelişmesi sonucu, gücüne güç katan ana akım medyanın kitleleri etkilemek ve yönlendirmek amacıyla oluşturduğu bir süreci anlatmaktadır (Utma, 2018: 2907). Ayrıca medya psikolojisi, yeni iletişim teknolojileri sayesinde önem kazanan sosyal medya platformlarıyla ana akım medyanın güçlerini birleştirdiği bir süreci de kapsamaktadır. Bu süreç benzer şekilde kitleleri kısılcına almak için onları etkilemeye ve yönlendirmeye işaret etmektedir (Oğuz, 2018: 88). Bu bağlamda medya psikolojisi yeni medyanın sağladığı olanaklar neticesinde sosyal medyanın da sürece dahil olduğu bir alanı temsil etmektedir. Öyle ki bu alanı kuşatan ve destekleyen belli başlı kavramlar, süreci daha görünür kılan bir çerçeve çizmektedir. Şüphesiz bu kavramlardan belki de en önemlilerinden biri yakınsama/yöndeşme kültürüdür.

Yöndeşme, sadece basit bir teknolojik değişim değil; kimlerin ne hakkında konuştuğuyla ilintili olarak endüstriyel, kültürel ve toplumsal değişiklikleri içine alan bir kavramdır. Yani mevcut teknolojiler, bu alanlarla

kitleler arasındaki ilişkiye etki ederek medyanın gerek üretilme gerekse tüketilme biçimindeki değişimlerde söz sahibidir (Jenkins, 2016: 19; Jenkins, 2006: 15-16). Bu anlamda yöndeşme, bireyleri pasif durumundan aktif duruma taşıyan, hatta kendi gündemlerini oluşturan bir yapıya işaret etmektedir (Ayten, 2014: 117). Böylece internetin teknik yapısı itibarıyla geleneksel medyaya özgü tek yönlü içerik akışı ve hiyerarşik düzenin bir anlamda kırılma yaşadığı bu dönemde, okur/dinleyici/izleyici dönüşümünde merkezi role sahip olan "etkileşim" öne çıkmıştır (Yıldırım, 2010: 241) Bu doğrultuda yeni iletişim teknolojileri sayesinde kullanıcıların da bir şekilde üretici haline geldiği bütünleşik bir sistemde iş birliği içerisinde karmaşık bir yapı oluşmaktadır. Dahası sadece katılımcılar değil; onların etkileşime girdiği iletişim ortamları da bu yapının bir uzantısıdır. İşte bu karmaşık yapı, eski-yeni medyanın çarpıştığı noktada yöndeşik bir medya oluşturmaktadır (Çam & Yılmaz, 2013: 514).

Farklı medya organlarındaki içeriklerin dolaşımı, kişilerin aktif katılımıyla mümkün olduğu için kültürel bir süreci ifade etmektedir (Sezen, 2011: 239-240). Bu perspektifle yöndeşme, kişilerin yeni bilgilere ulaşma isteklerinden öte, dağınık medya içerikleri arasında ilişkiler kurmalarını sağlayan kültürel bir değişimi de imlemektedir. Zira yöndeşme, insanların başkalarıyla olan etkileşimleriyle ilgilidir. Çünkü her kişi medya akışından çıkarsadığı ve günlük hayatlarına anlam katan kaynaklara dönüştürdüğü bilgi taneciklerinden kendi kişisel mitlerini ortaya çıkarır. Böylece medyadaki herhangi bir mesele hakkında konuşmak için bir teşvik oluşur ve bu sohbet artan oranda medya şirketleri tarafından değer verilen bir "fısıltı" haline gelir (Jenkins, 2016: 20). Bundan dolayı yöndeşmenin kültürel anlamda meydana getirdiği ilk etki, katılım sürecindeki ivmeyle birlikte olaylara gösterilen tepkidir. Bu durum kimi zaman medya içeriklerine karşı olumlu/olumsuz cevap verme şeklinde olabilirken kimi zaman sa hiç beklenmedik bir hal alabilir (Abanoz, 2013: 73-74).

Sonuç olarak geleneksel medyayla yeni medyanın kesiştiği, profesyonel medyayla halk medyasının çakıştığı, medya üreticisiyle medya tüketicisinin öngörülmez seviyede

güçlerinin çarpıştığı yöndeşme kültüründe, kişiler karmaşık ağ yapıları vasıtasıyla etkileşimler gerçekleştirerek içerikleri yeniden üretir, dolaşıma dahil eder ve tepkilerini aktarır. Onlar hem profesyonel hem de bireysel medyayı kendi amaçlarına göre kullanmaktadır. Dolayısıyla yeni medya, etki alanı sınırlı olan birçok yapıyı daha geniş boyuta ulaştıracak şekilde öne çıkarmış veya ağ toplumu ve katılım gibi yeni deneyim platformlarıyla bu platformların birlikte getirdiği sosyal ve kültürel süreçleri düzene dahil etmiştir (Sezen, 2011: 232-242). Bu bağlamda medya yöndeşmesi, medyayı tüketme biçimlerini etkileyerek benzer içeriklerin farklı birçok kanaldan akışını sağladığı gibi alış noktasında da farklı biçimlere dönüşmesini mümkün kılmıştır (Jenkins, 2016: 29-36). Böylece medya organlarında girift halde dolaşan içerikler, yöndeşme kültüründen izler taşımakta; bu da medya psikolojisine dayanmaktadır. Tüm bunlar söylemlerin yönünü tayin etme hususunda da medyanın etkilerine ışık tutmaktadır.

Medya psikolojisi, tüm bu süreçleri içine alarak medyanın yalnızca seyirlik bir işleve sahip olmadığı, gerçeğin yeniden kurgulandığı ve bireyin zihinsel sürecini biçimlendirdiği bir anlayışı yansıtmaktadır (Oğuz, 2018: 89-105). Bir başka deyişle medya psikolojisine göre medyanın etkisi, bilgilendirme ve eğlendirme işlevinin yanı sıra kitlelerin zihinsel yapılarını inşa etmede gizlidir. Bu süreç, erk sahiplerinden medya patronlarına, editörden muhabire kadar geniş bir ağda çeşitli aktörleri kapsamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde medyanın psikolojik gücü, önü arkası görülmez bir biçimde genişlemeye ve şekillenmeye başlamış; bu yüzden medya, zihinsel süreçleri etkileme noktasında kullandığı yöntemlerle, toplumun ortak benliğini yaratma yolunda geçmişten bugüne büyük aşamalar kaydetmiştir (Utma, 2018: 2907). Sonuç olarak medya psikolojisinin iletişim tarihindeki yeri etki paradigmasıyla başlamış ve çeşitli hususlar doğrultusunda çerçevesini genişletmiştir. Bu çalışma da kendi sınırları içerisinde söz konusu tarihle ilgidir. Ana akım medyanın yeni medyayla perçinlenen gücü, sosyal medyanın bireye içerik üretme fırsatı yaratmasıyla ana akım medyadaki gündemin yeniden üretimini sağlaması ve aynı bakış açısına yönelik kolaylıkla taraftar toplaması,

kitlelerin etkiye açık olan yapısını gözler önüne serebilir. Bu psikolojiyi daha iyi ortaya koyma açısından öncelikle medyadaki etki paradigmasının tarihine ve bu çerçevedeki yaklaşımlara göz atmak, çalışma için önem taşımaktadır.

### Medya Psikolojisi Çerçevesinde Etki Paradigması

Tarihsel süreçte kitle iletişimi alanındaki toplumsal araştırmalara bakıldığında belki de en çok ele alınan konu, farklı araçların etkileridir. Bu açıdan iletişim alanında yapılan çalışmaların en önemli kısmını, kitle iletişim araçlarının etkilerini açıklamaya ilişkin araştırmalar oluşturmakta ve iletişim araştırmalarının tarihiyle etki araştırmalarının tarihi genellikle bir görülmektedir. Meselenin gerek kitle iletişim araçlarının genel önemi gerekse kitle iletişiminin belli düzeylerinin olası etkileri açısından tartışmalı olduğu belirtilmektedir (Alemdar & Kaya, 1983: 45; Gökçe, 2002: 179-183). Nitekim eleştirel araştırmacılar, ana akım/ana damar olarak nitelendirilen bu yaklaşımın, pek çok noktayı gözden kaçırdığını vurgulamaktadır (Fejes, 1994).

İletişim alanında etki konusu gerek pozitivist gerekse deneyci araştırma modellerinde "pasif izleyici" tezine dayanmaktadır. Bu anlayışa göre iletişim biliminin temel modellerinden biri olarak değerlendirilen Shannon ve Weaver modelinde, mesajı (ileti) alan kişi (hedef), "etkilenmesi istenen" öğedir ve hedefte istenilen etkinin gerçekleşebilmesi için diğer öğelerle (kaynak, mesaj, kanal, verici/alıcı araçlarla) bağlantılı sıkıntılar (teknik, anlamsal, etkililik) bertaraf edilmesi gerekir. Zira bu sıkıntılar çözüldüğünde, iletişimin amacı olan en fazla etki sağlanmış olur. Etki, kitlelerde iletişim sürecindeki bu belirtilen öğelerle oluşturulan ve onlar üzerinde gözlenebilir bir değişim olarak nitelendirilmektedir. Bu doğrultuda mesajlar uyarıları, değişikliklerse tepkiyi yaratır. Yani uyarı ile tepki doğrudan etkileşim halindedir. Bunun anlamı, bir uyarana, onun yüklü olduğu amaç yönünde karşılık verilmesidir. Böylece iletişim son kertede amaçlanan etkiyi gösteren, tek yönlü, çizgisel bir süreç olarak tanımlanır. (Erdoğan & Alemdar, 2002: 73-87; Gökçe, 2002: 13). İşte bu anlayış iletişim literatüründe propaganda/uyarıcı-tepki/sihirli mermi modeline karşılık gelir.

Benzer şekilde Harold Lasswell de "kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle, ne söyler" şeklindeki formülünde, tıpkı Claude E. Shannon ve Warren Weaver gibi, etki konusunu temel bir sorun olarak ele alır (Tekinalp & Uzun, 2004: 75). Propaganda teknikleri üzerinde araştırmalar yapan Lasswell, siyasi liderlerin sadece fiziksel güç kullanmadıklarını, bununla birlikte fikir yönetiminde de bulduklarını ve yapılan propagandayla sosyal dayanışma sağlandığını, sosyal telkinin doğrudan manipülasyonu yoluyla görüş ve tutumların yönetildiğini öne sürüp, kamuoyunun kitle iletişim araçları vasıtasıyla oluşturulduğunu vurgulamaktadır. Zira kitle insanı propagandaya karşı gelebilecek bilgi birikiminden ve eleştirel bir akıldan yoksun olarak görülmektedir. Seçkin (siyasal, ekonomik, entelektüel) kişilikler ise kitle iletişim araçlarıyla kitle insanını yönlendirebilmektedir. Bu yüzden psikoloji biliminin uyarıcı-tepki modeli iletişim biliminde de önem kazanmıştır. Bu kurama göre seçkinlerin medya vasıtasıyla aktardıkları mesajların, sanki sihirli bir mermi veya derialtı enjekte edilen bir şırınga gibi doğrudan ve anında etki gösterdiği düşünülmektedir. Böylelikle medya araçları, insanın psikolojik özyapısının en derinine inerek usuna nüfuz eder, söyleyeceği ve yapacağı şeylere yön tayin eder. Lasswell, kitle iletişim araçlarının bu yolla, kitleleri her türlü görüşe sevk edebileceği, onlarda nefret, umut ve arzu gibi hislerin canlandırılabilmesi, kamuoyunu değiştirebileceği düşüncesini işlemiştir. Bu bağlamda iletişimde her şey, alanın temel taşı olarak benimsenen bu anlayış üzerine inşa edilmiştir ve 1940'larda da yoğun bir şekilde kullanılmıştır (Yaylagül, 2010: 52-53; Erdoğan, 2014: 52; Erdoğan & Alemdar, 2002: 87; Laughey, 2010: 40; Lasswell, 1938: 8-9)

Etki geleneği içerisinde yukarıda belirtilen modellerden farklı araştırmalar ve bunlardan doğan kuramlar da bulunmaktadır ve hiç şüphesiz önemli olanlardan biri de George Gerbner'in gözlemlerine dayanan ekme/ yetiştirme kuramıdır. Bu kuram, Gerbner'in medyanın etkilerini ve bu etkilerin toplumda ne denli büyük bir rol oynadığını açıklayabilmek için ortaya attığı kilit bir kavramdır. Ona göre medya etkilidir; fakat bu etki önceki çalışmaların öne sürdüğü güçlü etkilerden farklıdır. Bu anlamda medya, bireylerin inanç, tutum ve davranışlarında kısa vadeli

etkilerden ziyade uzun vadeli etkiler bırakır. Böylelikle insanların toplumsal gerçekliği algılama durumlarını biçimlendirerek eker (Özçetin, 2020: 128-129). Bunu iletişimin etkisine yeni bir yaklaşım olarak değerlendiren Gerbner, mesajların bireyler üzerindeki etkilerini doğrusal veya hipodermik değil; diyalektik olduğuna dikkat çekerek, söz konusu etkilerin nispeten dolaylı olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda kitlesel üretilen iletilerin örtük olan veya olmayan tüm kalıplarını ortaya koymak, zorunlu olarak bireylerin ne düşündüğünü veya ne yaptığını anlatmaz; birçoğunun ortak olarak ne hakkında düşündüğünü ve ne yaptığını anlatır. Bu yaklaşım bir nevi "gündem oluşturma" teorisiyle ilgilidir, ancak daha derin bir düzeyde üretilmiştir. Gerbner'a göre bahsi geçen etki, "kültür ve kültürel medya ürünleri tarafından oluşturulan özel ve günlük gündemden ziyade, toplumsal söylem için oluşturulmuş daha örtük ve yayılgan sınır koşullarıdır ve kültürel zeminin, neyin mevcut olduğunu, neyin önemli ve doğru olduğunu belirlediği bu ortamda mesajlar o kadar tekrarlanır (ve adeta ritüel haline getirilerek tüketilir) ki görünmez olur" (Gerbner, 2014: 20-21). Kısaca Gerbner, medyanın topluma yeni inançlar ekmekten çok, mevcut egemen ideoloji ve değerleri empoze ettiğini ve algıları bu yönde pekiştirdiğini savunmaktadır (Ekmekçioğlu, 2019: 17).

Gerbner'in da söz ettikleri üzerinden devam edildiğinde etki paradigması çerçevesinde ele alınabilecek bir diğer kuram gündem belirleme/oluşturma ve buna mukabil kamuoyu oluşturmaktır. Bu kurama göre medya, "insanların ne düşüneceklerini değil; ne hakkında düşüneceklerini" belirlemektedir. Gündem belirleme, medyanın haberleri sunum şekliyle insanları etkileyerek yönlendirme yöntemlerinden biridir (Mutlu, 2017: 135; Gökçe, 2002: 206; Milburn, 1998: 249; Mora, 2011: 67).

İnsanların neler hakkında düşünüp, neleri tartıştıkları, nelere sevinip nelere üzüldükleri, haber medyasının üzerinde durduğu konular çerçevesinde biçimlenip yönetilmektedir. Bu noktada gündem oluşturma tezinin aktörleri olarak Kurt Lewin'in "eşik bekçisi" kavramına değinmek gerekir. Zira gündemin oluşturulmasında eşik bekçilerinin büyük

görevleri bulunmaktadır. Çünkü medyanın gündemine girebilmek için eşik bekçileri olarak tanımlanan genel yayın yönetmenleri, haber müdürleri, editörler, medya sahipleri gibi içerikte söz sahibi olanların denetimi ve onayı gerekmektedir. Haberleri seçme görevi edinen bu kişiler, kimi şeyleri seçip kimilerini eleyen kişiler oldukları için algılara sundukları şeyler kadar engel oldukları şeyler de önem teşkil etmektedir. Başka bir ifadeyle eşik bekçilerinin oluşturduğu gündem, kamuoyunun ne hakkında düşünmesi gerektiğini belirlemektedir (Yüksel, 1994: 109; Mora, 2011: 71; Oktay, 1996: 96-97). Hatta eşik bekçilerinin sadece çeşitli olaylar içinden seçim yaparak gündem belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda oluşturdukları içeriklerle ideolojik, bilişsel ve duygusal gündemi de belirledikleri vurgulanmaktadır (Erdoğan, 2014: 96-97). Dolayısıyla eşik bekçisi metaforu, haber medyasındaki toplumu etkileme ihtimali olan içeriklerin kimler tarafından üretildiğine dair bir öngörü sunmaktadır (Bahçecioglu, 2022b: 154).

Tüm bu model ve kuramlardan hareketle, medyada bir algı yönetimi süreci gerçekleştiği söylenebilir. Zira bu süreç "bilgi operasyonları" olarak değerlendirilir ve bilgi aracılığıyla hedef kitlenin düşüncelerine, kararlarına, yorumlarına etki edilir (Gültekin, 2017: 15). Bilginin üretilmesi ve aktarılması, algı yönetimi sürecinin ideolojik işleviyle ilgilidir. Böylece hedefin algıları ele geçirilir, istenen düşünce biçimi empoze edilir (Pamukçuoğlu, 2017: 70). Diğer bir önemli nokta ise algı yönetiminin aslında düşüncelerden çok duygulara hitap etmesidir. Zira duygularının kontrolüyle hareket edenler, algı yöneticilerinin en sevdiği kişilerdir. Çünkü duygular aklın önüne set çekip, mantıki düşünceye gölge düşürebilir (Saydam, 2005; Gültekin, 2017: 271). Öte yandan algı yönetiminin ayrılmaz bir parçasını "manipülasyon" oluşturur. Bireylerin kendi bilgi ve öğretileri haricinde, onları etkileme ve yönlendirme biçimi olarak tanımlanan manipülasyon, kitlelerin istenilen hedefe doğru yönelmelerini sağlamak için psikolojik süreçlerden faydalanılarak yapılan tek taraflı bir iletişim tekniğidir. Bu teknikle çeşitli bilgi ve düşünce kalıpları aktarıldığında, istenen duygu, düşünce veya davranışa doğru bir anlayış hâkim olması beklenir. Kısaca manipü-



lasyon, kitlelere belirli ideolojileri aşlamak ve bu ideolojiler doğrultusunda onları biçimlendirmek için gücü elinde bulunduranlar tarafından kullanılan bir araçtır (Özer, 2011: 4-5).

Elisabeth Noelle-Neumann'ın "susunluk sarmalı" olarak adlandırdığı model ise toplumda baskın düşünceye özel bir önem atfederken, bu düşünce biçiminden sapan bireylerin sessizliğe itildiği varsayımına dayanmaktadır. Birey, bilinçaltında dışlanma korkusu taşıdığı için kendi düşünce ve tutumlarını baskılamakta ve kamu önünde konuşma isteğinden kaçınmaktadır (Noelle-Neumann, 2014: 276-277) Bu bağlamda medyanın yansıttığı konular toplumun hâkim görüşü olduğu için bunların aksi bir görüş bildirme veya karşı çıkarak farklı bir görüş sunma noktasında, bireyler yeterli imkân ve gücü bulamamaktadır. Bu yüzden de sessiz kalmaya devam etmektedirler (Yaylagül, 2010: 80-81; Pakkan, 2016: 67).

### Sağlıkta Şiddet Kapsamında Sözel Şiddet

Geçmişten günümüze olumsuz etkileriyle toplumların süregelen sorunları arasında yer alan şiddet, insanların gün içinde çeşitli şekillerde ve farklı türlerde maruz kaldığı bir olgudur. Yaşam standartlarını yükselten ilerlemeler ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgiye ulaşmanın kolaylaşması gibi durumlar da şiddet vakalarını azaltmak için yeterli bir potansiyel sağlamamaktadır (Uğurlu, 2022: 5). Aksine teknolojik gelişmeler kimi durumlarda şiddetin önünü açmakta, hatta onu daha da görünür kılmaktadır.

"Şiddet" kavramı bir taraftan olgular ve eylemleri, diğer taraftan da gücün, duygunun veya doğa unsurunun varoluş üslubunu belirlemektedir. Şiddet ilk anlamıyla huzur karşıtıyken ikinci anlamda ise kuralları çiğneyen ve ölçüleri aşan kaba bir güç olarak ifade edilmektedir (Michaud, 1995: 5). Bu çerçevede şiddet terimi, aşırı duygu durumunu, bir olgunun yoğunluğunu, kabalığını ve sert davranışı nitelendirir. Özetle şiddet, "kızgınlık, öfke, kin, nefret, düşmanlık gibi duygu durumlarının etkinlik kazandığı saldırganlık biçimi olarak tanımlanabilir" (Köknel, 2000: 20). Ancak bu saldırganlık biçimi şiddetin kapsamını tek bir çerçeveye indirgemeye engeldir. Yani şiddet denildiğinde çeşitli türlere ayrılan ve bu anlamda bir sınıflandırma yapılan bir

sorundan söz edilmektedir.

Şiddet olgusuyla ilgili birçok sınıflandırmanın olması, davranışın türünden veya etkilediği grupların ve davranışı ortaya çıkaran nedenlerin çok yönlü olmasından kaynaklanmaktadır. Literatürde en sık rastlanan haliyle sözel, fiziksel, psikolojik ve cinsel şiddet türlerinin öne çıktığı görülmektedir (Arıkan, 2019: 5). Derece bakımından şiddetin en öne çıkan türü fiziksel boyutudur. Yumruklama, vurma, tokat atma, boğaz sıkma, tekmeleme gibi daha birçok yöntemle eylemlerde bulunma ve uygulanan kişide fiziksel ve ruhsal hasara yol açma bu türün en belirgin yönleridir. Sözel şiddet ise suçlama, yıkıcı eleştirilerde bulunma, aşağılama, bağırma, alay etme, tehdit etme, yıldırma, baskı yaratma veya incitme şeklinde uygulanmaktadır. Ayrıca yine sözel şiddetin uygulama biçimlerinden biri olan küfür ise karşı tarafın özsaygınlığına, ahlaki değerlerine, mahremiyetine hakaret içermekte ve tüm bunlardan dolayı kişinin öz benliğini zedelemektedir. Kısaca sözel şiddet, failin mağdurun psikolojik ve sosyal bütünlüğüne dokunan, sözlü ifadeleri ve davranışları kapsamaktadır (Cohen, 2014: 6; Arıkan, 2019: 5; Karakaş, 2022: 1; Tokgöz, 2019: 8). Bu yaklaşımlardan hareket edildiğinde, şiddetin sadece fiziksel olmadığı, aynı zamanda yıkıcı ve zarar verici bir etkiye yol açan sözlü ve psikolojik türlerde de gerçekleştiği sonucuna ulaşılmaktadır (Ulusal, 2022: 2). Bu noktada sözlü şiddetin fiziksel şiddetten daha ön planda olduğu; bunun etkilerinin de en kırıcı ve en aşağılayıcı şekillerde kendini gösterdiği eklenmelidir (Çiftçınar, 2003: 45).

Tarihsel açıdan bakıldığında; yabancı düşmanlığı, etnik körükleme, fikir ayrılıkları, devrimci duygularla hakaret etme vb. sebeplerden ötürü tüm meslek grupları zarar gördüğü gibi, sağlık alanında da şiddetten kaynaklı oluşan hasarın alt zemini mevcuttur. Çünkü şiddet, mikro ayrımcılık, küçük topluluk olarak farklılaşma, tarafgirlik ile ötekileştirilen kişilere karşı hiyerarşik konumlandırma ya bağlı olarak da tetiklenebilir (Bilici, 2020: 61). Zira bir grubun toplumsal ve sosyokültürel konumu, hınç, yıkım ve narsistik gibi duygulara neden olabilir (Yılmaz, 2020: 69). Hekimlik mesleğinin üyeleri de söz konusu konuma sahip olarak ötelenen, ayrımcılığa uğrayan, şiddet ve nefretin sağlık alanındaki

muhataplarıdır.

Sağlıkta şiddet, bir sağlık çalışanını riske sokan ve sözlü taciz, tehdit edici davranış veya bir hasta/halk tarafından yapılan saldırıyı içeren herhangi bir olay olarak tanımlanır. Hastane ortamındaki şiddet olaylarının çoğunun kasıtlı ve saldırgan bir unsur içerdiği ileri sürülmektedir (Saines, 1999: 8). Üstelik bu sorun sadece Türkiye'ye özgü bir durum da değildir; günümüzde dünyanın farklı noktalarında farklı versiyonlarla söz konusu sorun yaşanmaktadır (Bilici, 2020: 57). Yani temelde işyerinde şiddet, sınırları, çalışma ortamlarını ve meslek gruplarını aşan küresel bir sorun haline gelmiştir (ILO & WHO, 2002: 1).

Artık dünya çapında birçok hekim ve hemşireye hasta veya yakınlarından sözlü/fiziksel olarak gözdağı verildiğine ilişkin daha fazla rapor gelmektedir (Supe, 2017). Genel olarak saldırıların sebepleri, hasta ve akrabalarının sağlık hizmetleri ve buna bağlı gelişmeleri yanlış algılamaları veya makul olmayan isteklerdir. Tıp bilimindeki gelişmeler, hastalıkların ve ölümün önlenilebilir bir fenomen olarak algılanmasına neden olurken, medya ise bu algıyı destekleyen yayınları artırmıştır. Ayrıca tıbbi işlemlerde hatalı uygulama iddiaları üzerine, medya mensuplarının iyi-kötü karşıtlığı oluşturacak biçimde haber kurgulamaları ve hastaların tamamen hekim tarafından mağdur edildiğine, çaresiz bırakıldığına yönelik tek taraflı bakış açısı sunmaları, gelişen komplikasyonların<sup>2</sup> tıbbi hata olarak algılanmasına neden olmaktadır. Dahası, medyada hastaların haklarını araması gerektiği konusunda söylemler yer almakta, böylece hekimlere karşı güven kaybı oluşmaktadır (Kaya & Köken Tok, 2021: 219; Supe, 2017; Weitz, 2007: 334). Bu durum hekimlere karşı malpraktis<sup>3</sup> davaları açmaya yönelik tuhaf bir eğilim oluşturmaktadır. Dolayısıyla gelinen nokta, doktorların mesleklerini tanımlayan "kamu güvenini yitirdikleri" sonucuna varılmasına yol açmaktadır (Supe, 2017; Weitz, 2007: 334). Özetle günümüzde sağlık hizmetleri ortamları, hastalar, hasta yakınları, hatta çalışanlar arasındaki ilişkilerin kolaylıkla tehdit edici bir duruma dönüşebileceği alanları

oluşturmaktadır (Gates, 2004: 649).

Sağlıkta şiddet sorunuyla ilgili önemli çalışmalar yapan Türk Tabipleri Birliği (TTB), gerek düzenlediği sempozyum ve çalıştaylar gerekse *Toplum ve Hekim Dergisi*'nde yayımlandığı araştırmalarla, farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda 2003'ten beri ülkemizde uygulanan Sağlıkta Dönüşüm Programı'nın, şiddetin artma nedeni olduğu vurgulayan TTB, medyanın etkisine de dikkat çekerek özellikle hekim hatalarının öne çıkarılarak sık sık işlenmeye başlamasıyla, sağlık çalışanlarına yönelik şiddetin giderek arttığını belirtmektedir (Şiddet Sempozyumu, 2007: 55). Benzer şekilde 2024'te gerçekleştirilen Sağlıkta Şiddet Çalıştayında, medyada hastaneler ve hekimler hakkında çıkan olumsuz haberlerin, doktorlara ve kurumlara duyulan güveni zedelediğine ilişkin yapılan çalışmalar aktarılmıştır. Bu anlamda medyada doğruluğu kesinleşmeden sürekli yeniden üretilen mesajlar, hekimlere zarar vermektedir. Ayrıca Arpat'ın (2016: 83) ele aldığı çalışmada, bilhassa yeni medyanın sağladığı olanaklar çerçevesinde son derece hızlı zaman akışı nedeniyle bilginin doğruluğunun ve niteliğinin sorgulanmaması sorunuyla karşılaşıldığı belirtilmektedir. Bununla birlikte şiddet ve şiddet çağrışımını unsurların ele alınışıyla ilgili olarak haber başlıklarının, medya etiği bağlamında ağırlıklı bir sorun oluşturduğu vurgulanmaktadır.

Doktorlara yönelik sözel, fiziksel ve psikolojik şiddet türleri arasında ağırlıklı olarak sözel şiddetin olduğunu tespit eden birçok çalışma ise bu türün sık yaşanmasının sebebini, fiziksel şiddete göre cezaların az olmasına, insanların içini döküp rahatlamasına ve daha sonra o anki gergin ortamdan kaynaklı olumsuz söylemleri sarf ettiğini düşünerek suçlu hissetmemesine; dolayısıyla cezayı hak etmediklerine dair inanç duymalarından ileri gelebileceğine bağlamaktadır (Annagür, 2010; Attar, 2017; Bayraktar, 2021; İlhan, ve diğerleri, 2013: 9; Polat ve Çırak, 2019; Yiğit ve Uğurluoğlu, 2020). Medyanın doktorlara yönelik sözel şiddeti yeniden üretme ve yansıtmasındaki rolü ise soruna bambaşka

<sup>2</sup> Tıbbi uygulamalarda izin verilen riskler (Kaya & Köken Tok, 2021)

<sup>3</sup> Kusurlu uygulama hatası (Kaya & Köken Tok, 2021)

bir boyut katmaktadır. Özellikle haber medyasındaki doktorlarla ilgili konuların işleniş tarzı ve bununla gelen söylem biçimi, sözel şiddeti açığa çıkartmakta kalmayıp, daha özele inilerek sosyal medyadaki kullanıcıların paylaşımlarından da izler taşımaktadır. Diğer bir deyişle, haber medyasının doktorlara yönelik söylem biçimi, diyalektiktir.

Michaud'un da belirttiği gibi, günümüzde toplumsal yaşamın tüm yönlerinin idaresi, teknoloji ve kitle iletişim araçları (basın) doğrultusunda değiştiği için şiddetin görüntüsü ve ölçüsü de değişmektedir (1995: 13). Zaten tarih boyunca şiddete yönlendirme biçimleri çeşitlilik gösterir. Günümüzde ise bu yönlendirmelerde büyük oranda önem taşıyan yöntem, medya organlarıdır. Zira sosyal, siyasal, cinsel vb. içerikli kitle iletişim argümanları, basın-yayın ve görsel medya yoluyla "farkına varılmadan" desteklenebilen subliminal mesajlar vererek algı yaratıp, adeta şiddete sürüklemektedir. Dolayısıyla şiddetin yönlendirilmesi, artırılması veya kronikleştirilmesi gibi kapalı duygular şeklinde olan psikolojik süreç, fiziksel şiddete dönüşen bir tür fonksiyon görevi görebilmektedir. Bu anlamda medyada sağlık çalışanlarına yönelik olumsuz haberlerin ardından olumsuz durum ve davranışların yaşanması, medyadaki yönlendirmelerin şiddetteki rolünü ortaya koymaktadır (Bilici, 2020: 53-61). Diğer bir deyişle medyanın kitleleri etkileme gücü dikkate alındığında, doktorlarla ilgili mevcut kalıp yargıların zihne yerleşmesi ve düşünce biçimine nüfuz etmesi kuvvetle muhtemeldir. Zira Gerbner'dan (2014: 20-21) da yola çıkıldığında mesajların bireyler üzerindeki etkisi diyalektik olabilir. Bu açıdan toplum üzerinde doktorlara yönelik önyargıları besleme potansiyeli olan medyanın gerek sözel gerekse fiziksel şiddeti yaygınlaştırdığı, kutuplaşmayı derinleştirdiği, telafisi zor bir tahribat bıraktığı ve hekimlik mesleğinin saygınlığını zayıflattığı kabul edilmesi gereken kilit noktalar (Bahçecioğlu, 2022b: 363).

### **İnternet Haberlerinde ve Twitter'da Doktorlara Yönelik Olumsuz Söylemlerin Yeniden Üretimi**

#### **Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sınırlılıkları**

Sağlık çalışanlarına yönelik şiddet, yıllardır

süre gelen, gittikçe artan ve tam anlamıyla çözülemeyen toplumsal bir sorundur. Bilinen veya önem derecesi açısından öne çıkarılan en ciddi şiddet türü fiziksel olsa da, yukarıda da değinildiği gibi, yapılan çalışmalar sözel şiddetin daha ağırlıkta olduğunu göstermekte ve yine maruz kalma açısından hekimlerin daha yüksek oranda sözel şiddete uğradığını tespit etmektedir. Ayrıca sözel şiddet görünür biçimde bir hasara yol açmadığı için normal görülmemekte; bu da durumun bildirilme oranını olumsuz etkileyebilmektedir. Ancak ne var ki sözel şiddetin yarattığı hasar, aslında daha derin ve yıkıcı olabilir. Hatta bu durum yıllarca medyada kökleşen, "doktor hatası", "doktor ihmali" doktorların kötü davranışı gibi olumsuz söylem dilinin kötü bir tablosu olabilir. Dolayısıyla haberlerde özellikle yargı kararı kesinleşmeden ele alınarak işlenen bu tür suçlayıcı ve yıkıcı olumsuz söylemler içeren konular, toplumun etkilenmesine yol açarak zarar verici sonuçlar doğurabilmektedir. Bu noktada çalışmanın amacı, haber medyasındaki doktorlara yönelik oluşturulan olumsuz söylemleri ve Twitter'daki kullanıcıların benzer söylemlerini tespit ederek birbirleri arasındaki benzerliği karşılıklı olarak ortaya koymak; böylece medyada doktorlara yönelik sözel şiddetin yeniden üretildiğini açığa çıkarmaktır. Bu doğrultuda çalışma, doktora tez çalışması kapsamında Türkiye'deki pandemi sürecinin başlangıcı olan 11 Mart 2020 ve bunu takiben iki yıllık süreçteki doktorlara yönelik haberler ile Twitter'da açılan hashtag'leri ele almaktadır. Haber verilerini elde etmek amacıyla Google arama motoruna yukarıda belirtilen anahtar kelimeler yazılarak rastgele tarama yapılmış ve ulaşılan ilk 20 haber eleştirel söylem çözümlemesiyle analiz edildikten sonra benzer söylemler tespit edilerek bir kısmı bu çalışmaya dahil edilmiştir. Twitter verileri için ise #sonhekimgitmeden ve #doktorbakanlığı, hashtag'leriyle atılan tweetlerin, bir sınırlılık belirlenmesi sebebiyle 100 tanesi Python programıyla çekilmiştir. Açılan hashtag'lerle atılan tweetleri, sorunlarını anlatmak amacıyla çoğunlukla sağlık çalışanları attığı için bu gönderiler yerine altındaki yorumlar incelenmiştir. Böylece konuyla hiçbir ilgileri olmayan kişilerin konudan bağımsız olarak söz konusu özneye (doktora) söyledikleri olumsuz söylemler tespit edilmiş ve haber medyasındaki benzer söy-

lemleri içerenlerin bir kısmı örneklendirmek amacıyla çalışmaya eklenmiştir. İki kategoriden oluşan olumsuz söylem başlıklarının her birinde, iki haber örneğine karşılık iki Twitter örneğiyle sınır çizilmiştir. Bu şekilde gazeteciler/haberciler ile vatandaşlar arasındaki etkileşime dikkat çekmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak çalışmanın kelime sınırlılığı nedeniyle toplamda 12 örnek ile doktorlara yönelik olumsuz kalıp söylemlerin yeniden üretimi açıklanmaya çalışılmaktadır.

### Araştırmanın Yöntemi: Kültürel Göstergeler Projesi Kapsamında Mesaj Sistem Çözümlemesi

1960-70'li yıllarda George Gerbner ve arkadaşları tarafından başlatılan "Kültürel Göstergeler Projesi", daha önce de belirtildiği gibi, başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının insan üzerindeki etkilerine odaklanmakla birlikte, yukarıda ele alınan güçlü etkiler (sihirli mermi, hipodermik iğne vd.) paradigmasından farklı olarak "uzun dönemli etkiler" perspektifiyle geliştirilmiştir. Bu açıdan Gerbner, etki sorunsalı içerisinde konumlandırılan bir teorisyendir (Erdoğan, 1998: 151; Özçetin, 2020: 130). Gerbner'in ortaya koyduğu 60 yıllık geçmişi olan bu proje, günümüzde de dijital medyanın etkileri olmak üzere geliştirilerek uygulanmakta ve çalışma alanı genişletilerek projeye katkı sunulmaktadır. Bu çalışma için de uygunluk gösteren projenin aşamaları, geçmişten günümüze doktorlar için kalıplaşan ifadelerin yeniden üretildiğini açıklamaya yönelik önemli bir yol haritası sunmaktadır. Ancak öncelikle tam adıyla *Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı* doğrultusunda gelişen projenin adımlarına değinmek gerekir.

Gerbner ve arkadaşları, 1967'den beri televizyonun en çok seyredildiği prime time ve gündüz programlarından örnekler seçerek, bu aygıtın belli bir şeyi (kültür, psikoloji, ideoloji), izleyicinin bilincine yerleştirmek suretiyle beslediğini, diğer bir deyişle ekme/yetiştirme olarak adlandırdıkları etkiyi ortaya koymak için çalışmalar yürütmüştür (Erdoğan, 1998: 150-151). Bu çalışmalarda kitle iletişim araçlarından özellikle televizyona daha fazla maruz kalanların televizyon dünyasını yansıtan tutumlar sergilemesi, "ekme etkisi" olarak yorumlanmaktadır. Bu etkiler, uzun dönemli, küçük ve dolaylıdır; ancak artma

eğilimdedir, üst üste birikerek anlam kazanır (Erdoğan, 1998: 151; Ekmekçioğlu, 2019: 16). Esasen projenin ilk çalışmalarında çoğunlukla televizyon ve şiddet ilişkisine odaklanılmış ama daha sonra televizyonun cinsiyet rolleri, aile, yaşlanma, din, sağlıkla ilgili inançlar ve pratikler gibi pek çok konunun izleyici tarafından nasıl kavramlaştırıldığıyla ilgili araştırmalar da yapılmıştır (Sydygalieva, 2017: 38; Özer, 2021: 42). Bu doğrultuda projenin veya kuramın temelini oluşturan şiddet, bazı çalışmalarda davranışlara yansıma noktasında ele alınsa da saldırgan davranışa yol açma çerçevesinden ziyade sosyal gerçeklik algısı veya sosyal çevre hakkındaki algılar ve tutumlar üzerindeki etkisi bağlamıyla değerlendirilmiştir (Taylan, 2011, 357). Bununla birlikte Gerbner ve arkadaşlarına göre sözü edilen şiddetin tanımı, fiziksel gücün açık ifadesi, kişinin incinme, öldürülme, olay örgüsünün bir parçası olarak kurban edilme, tehdit edilme korkusuyla iradesi dışında zorlayıcı eylem olarak nitelendirilmiştir. Bu kapsamda sözlü ifadeler şiddet olarak kodlanmamıştır (Gerbner vd. 1980: 11-12). Ne var ki projenin Türkiye'deki en yetkin uygulayıcılarından Ömer Özer ise şiddetin sadece fiziksel türden oluşmadığını vurgulayarak, sözlü, psikolojik, ideolojik vs. türlerde de gerçekleştiğini ve medyadaki şiddetin, medyanın toplam içeriğiyle gelen ideolojik şiddet olduğuna dikkat çekmiştir. Bu anlamda söz konusu şiddet, medyanın şiddetine dönüşmektedir (Özer, 2024: 6-11). Dolayısıyla çalışmada ele alınan şiddet, ideolojik sözlü şiddet olarak değerlendirilmek mümkündür.

Şiddet vurgusundan yola çıkıldığında, projenin ne sadece bir şiddet kuramı ne de televizyona özgü olduğu düşünülmelidir. Bunun en yerinde ifadesi, reklamları, dramaları, haberleri ve diğer programları kapsayan bir hikâye anlatma sistemine dayanmasıdır (Özer, 2021: 36; Gerbner vd., 1982, s. 102). Çünkü Gerbner'a göre, bildiğimiz veya bildiğimizi sandığımız şeylerin büyük çoğunluğu, başkalarının anlattığı hikayelerden öğrendiklerimiz oluşturmaktadır. Hikâye anlatmanın insanî temel bir ihtiyaç olduğu varsayıldığında, bu hikayeleri kimin anlattığı önem teşkil etmektedir. İşte öykü anlatıcısı olan medya, tarihin hiçbir döneminde olmayan sıklıkla,

çeşitli ideolojileri zihne ekmektedir (Gerbner, 1998a: 17). Bu açıdan hikayeler, insanların kendileri tarafından deneyimlenmeden, buldukları toplumda bir paket halinde sunulan temel yapılardan biridir (Cevher, 2024: 21) Daha spesifik olarak, yetiştirme teorisi televizyonun hikâye anlatma işlevinin son derece güçlü olduğunu savunur. Televizyonun ilettiği mesajlar ilk bakışta inanılmaz derecede çeşitli görünse de bu mesajların sistematik analizleri, genel değer sistemlerinde dikkate değer bir tutarlılık gösterir (Shrum, 2017, s. 1). Gerbner bu noktayı temellendirmek için üçlü bir sistem geliştirmiştir.

Kültürel Göstergeler Projesi'nin içeriğine inildiğinde üç bileşenden oluştuğu görülmektedir: Medya mesajlarının nasıl üretildiği ve yayıldığı üzerine odaklanan bir *kurumsal süreç analizi*, medya tarafından hangi gerçek mesajların iletildiğine odaklanan bir *mesaj sistemi analizi* ve medya mesajlarına maruz kalmanın alıcıların gerçek dünya algılarını nasıl etkilediği üzerine odaklanan bir *yetiştirme analizi*. Yetiştirme teorisinin geliştirildiği dönemde televizyon baskın hikâye anlatma ortamı olduğundan, teorinin geliştirilmesi ve test edilmesinde çoğu araştırma, televizyonun izleyicilerin toplumsal gerçeklik algıları üzerindeki etkisine ve sonuçlarına odaklanmıştır (Shrum, 2017, s. 1).

Projenin ilk bileşeninden kurumsal süreç çözümlemesinin, dünyada ve Türkiye'de ilk olarak Ömer Özer'in doktora tezinde (2004) gerçekleştirildiği vurgulanmaktadır (Özer, 2021: 37). Temelde bu süreçte, medya şirketlerinin yapısı ve işleyişi, mesajların nasıl oluştuğu, bunların ne sıklıkla ne kadar süreyle yer alacağı, ekonomik gücü elinde bulunduranların medya metinlerindeki rolü vb. gibi konular irdelenmektedir (Sargın, 2019: 24; Cevher, 2024: 36). Gerbner ve arkadaşlarına göre (1982: 105), bu süreci yöneten ekonomik mekanizma, reklamcılıktır. Ancak onlar, yaptıkları çalışmalarda bu süreci atlayarak araştırma tasarımını birbiriyle ilişkili diğer iki bölüme indirgemektedir. Mevcut odak noktasının, mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesi adını verdiği diğer iki uç olduğunun altını çizen Gerbner, her ikisinin de televizyonun en incelikli ve yaygın etkileriyle ilgilendiğini ve bu konuda teoriler geliştirmeye yardımcı olduğunu belirtmektedir (Gerb-

ner vd. 1980: 10-11; Gerbner, 1998b: 179).

Gerbner'a (1998b: 181) göre yetiştirme çözümlemesi, en güncel, istikrarlı ve kapsayıcı televizyon içeriğini temel alan mesaj sistemi çözümlemesiyle başlamaktadır. Bunlar, çoğu program türünde geçerli olan ve düzenli (özellikle yoğun) izleyiciler için neredeyse kaçınılmaz olan tutarlı imgeler, tasvirler ve değerler üretir. Söz konusu imge/tasvir/değerler, belirli programlarda veya türlerde değil, bir sistem olarak televizyona yerleştirilmiş toplu mesajlardır. Bu çözümleme yöntemiyle izleyicinin ne algıladığı değil; en çok temsil edilen, yinelenen toplam mesaj örnekleri kaydedilir. Dolayısıyla mesaj sistem çözümlemesi, medya içeriğinin sistematik, güvenilir ve toplam gözlemler için bir araç vazifesi görmektedir (Özer, 2005: 77). Mesaj sistemi çözümlemesinin amacı (a) mesajların kitlesele üretimine ilişkin kurumsal uygulamalara atfedilebilecek ve (b) tüm medya manzarasında genel olarak yayılmış olduğu bulunan anlamları belirlemektir. (Potter, 2014: 1017). Çünkü kurumlar, baskın imaj kalıplarını geliştiren mesaj sistemlerini üretir. Onlar değerlerin ve ilişkilerin kamu gündemini yapılandırır. İnsanlar ise bu gündemi (bazıları diğerlerinden daha seçici bir şekilde) fikirlerini ve eylemlerini, genel olarak mesaj sistemlerinin genel kompozisyonu ve yapısıyla uyuma eğiliminde olacak şekillerde desteklemek için kullanırlar, elbette bu seçimler ve yorumlar için başka çevresel destekler de varsa (Gerbner, 1972: 159). Bu açıdan mesajların bu toplumsal, iç içe geçmiş, gündelik hayatta yürütülen durumlara ilişkin kanaat oluşturan yapısı, hikâye anlatma potansiyeli dolayısıyla yaygın görüş haline gelebilmektedir (Ercan ve Demir, 2015: 132). Gerbner'ın ana akımlaştırma (meanstreaming) olarak ifade ettiği bu süreç, televizyonun geliştirme eğiliminde olduğu bakış açılarının göreceli bir ortaklığı olarak düşünülebilir. Yani televizyon, yaygın ve tekrarlanan kalıplar aracılığıyla belli bir dünya görüşünü ortaya atarak, bu kalıpları birbiriyle uyumlu ve ilişkili hale getirerek yeniden üretir. Dolayısıyla ana akım, medyanın ekmeğe çabaladığı genel dünya görüşü olarak tanımlanabilir. Bunun deneysel olarak doğrulanması ise yetiştirme analizinde gerçekleşir. Bu sürece geçmeden önce Gerbner'ın mesaj sistemlerini içerik çözümlemesiyle incelediğini belirtmek gerekir (Erdo-

ğan, 2014: 158; Gerbner vd. 1980: 15; Gerbner, 1998b: 179-183; Ekmekçioğlu, 2019: 36).

Projenin son ayağını oluşturan yetiştirme analizi, yukarıda da belirtildiği gibi, televizyonun yaygın kültürel mesajlar sisteminin sonuçlarının araştırılmasıdır. Bu araştırma, televizyon dünyasının en tekrar eden özellikleriyle ilişkili, izleyicilerin sosyal gerçeklik algılarının tespit edilmesine dayanmaktadır (Gerbner vd. 1980: 10-14). Bunun için benimsenen temel yaklaşımlar, (katılımcılara, farkında olmadıkları veya konuşmadıkları görüş, beklenti ve değerleri ortaya çıkarma eğiliminde olan durumlar sorulur), derinlemesine görüşmeler ve örneklem gruplarına sunulan periyodik anketlerdir. Tüm bu aktivitelerde amaç, kitle iletişim araçlarına maruz kalmanın, katılımcıların seçilmiş konular ve gerçek hayatın yönleri hakkındaki düşüncelerini nasıl etkilediğini görmektir (Gerbner, 1972: 159-160). Böylece çoğu izleyici için ana akım yönelimlerin istikrarlı bir şekilde yerleşip yerleşmediği ortaya çıkarılarak, bakış açılarının veya yaşam ve dünya hakkında ortak varsayımların belirgin bir şekilde bir araya gelmesini (yakınsaması) temsil eden süreç tamamlanır (Gerbner, 1972: 159; Gerbner, 1998b: 181). Araştırma sonuçlarına göre ise televizyonun zaman içinde tutumlar ve davranışlar üzerinde bağımsız bir etki yaratabileceği saptanmıştır (Gerbner, 1998b: 180). Diğer bir deyişle, yetiştirme etkisi, insanların televizyon izleyerek geçirdikleri zaman miktarı ile bu izleyicilerin dünya hakkındaki inançları arasındaki ilişkidir (Shrum, 2017, s. 1). Dolayısıyla medya, fikirleri, inançları, tutumları değiştirebilmektedir. Hatta insanların büyük çoğunluğunun medya dünyasına bağlı olduğu, gördükleri olaylarla kendi hayatlarını bağdaştırdıkları saptanmıştır. Buradan hareketle egemen güçler, medya sayesinde siyasi, sosyal ve ekonomik politikalarının meşruiyetini ve devamlılığını sağlayabilmektedir (Bak vd. 2020: 491; Karımoglu, 2019: 24).

Yukarıda detaylı bir şekilde ele alınan projeden yola çıkarak, bu çalışmada üç basamaklı adımdan *mesaj sistem çözümü* yapılmıştır. Bu doğrultuda geçmişten günümüze doktorlarla ilgili zihinlere kazılan, "doktor hatası", "doktor ihmali", doktorların kötü davranışları (bağırması, ilgilenmemesi, egolu olması vd.) gibi sık sık tekrarlanan kalıp yargılar, amaçlı

örneklem doğrultusunda haber medyası ve sosyal medyadan rastgele tarama yönetimiyle elde edilmiştir. Böylece doktorlarla ilgili en çok temsil edilen ve yinelenen toplam mesaj örnekleri kaydedilmiş ve benzer temalar üzerinden içerik çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Gerbner ve Gross'un (1976: 181-182) da vurguladığı gibi, mesaj sistem çözümlemesi, yaşadığımız dünyanın dinamiklerini tahmin etmek yerine, coğrafyasını, kişilik profillerini, mesleklerini, tematik ve eylem yapısını haritalandırmaktadır. Bu haritalandırma için içerik çözümlemesi işlevsel bir yol sunmaktadır. Ancak burada önemli olan bir nokta daha vardır ki; o da yeni medyayla birlikte geleneksel yayıncılığa, özellikle de televizyona, özgü geliştirilen bu projenin güncellenerek araştırma ağını genişletmesidir. Bu çalışma da projeyi dijital medya özelinde gerçekleştirilmektedir.

Morgan ve arkadaşlarına (2015: 3) göre, günümüzde önemli miktarda araştırma, yetiştirme "şemsiyesi" altında yürütülmeye devam etse de kritik soru şu anda böyle bir "geleneksel" medya etkileri teorisinin, farklı medya ortamlarında hala geçerli olup olmadığıdır. Bu anlamda Gerbner'a (1998b: 177) göre ise çoğu izleyici için kablo, uydu ve internet gibi yeni tipteki dağıtım sistemleri, baskın imge ve mesaj kalıplarının günlük hayata daha da derinlemesine nüfuz etmesi ve entegre olması anlamına gelir. Bu nedenle, yeni medyanın yükselişle birlikte televizyonun tek belirleyici olmadığı ve bu doğrultuda da ele alınması gerektiği üzerinde durulmaktadır (Karataş ve Karataş, 2024: 156). Zira yeni iletişim teknolojilerinin oluşturduğu dijital ortamlarda 'hikayelerin' varlığı aynı kalsa da, kullanıcılara ulaşma ve onlar tarafından tüketilme biçimleri değişmiştir. Dolayısıyla kültürel göstergeler ve yetiştirme teorisi gibi geleneksel bir yaklaşımın, günümüz medya ortamında ve sosyal medya platformlarındaki uygulanabilirliği, önemli bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır (Doruk Şahin, 2020: 201-202). Bu soruya cevap niteliğinde bir araştırma sunan Morgan ve arkadaşları, Facebook, Twitter ve YouTube gibi sitelerde karşılaşılan günlük içeriklerin, kurgusal anlatılara vurgu yapan geleneksel yetiştirme modeliyle doğrudan alakalı olmayabileceğini; buna rağmen tüm bu yeni içeriklerin bugün görülen imgelerin toplamına katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Bu yüzden mevcut teorik modellerin, yeni/sos-

yal medya ortamlarının (ve bunların ortaya çıkardığı değişen toplulukların) yetiştirme süreciyle kesişme ve onu destekleme veya sektöre uğratma yollarını dikkate alacak şekilde genişletilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Morgan vd., 2015: 19). Bu çalışma da kendi özelinde böyle bir kesişme noktasına ışık olmaktadır.

### Bulgular ve Değerlendirme

Gerbner'in projesinde, mesaj sistem çözümlemesi içerik çözümlemesine dayanmaktadır (Mutlu, 2016: 125). İçerik çözümlemesi, iletişim materyalinin içeriğindeki eğilimleri saptamak, iletişim kaynakları arasında karşılaştırma yapmak, iletilerdeki temaları belirlemek için işlevseldir (Akdenizli, 2012: 133). İçerikteki belli niteliklerin ve kategorilerin görülme sıklığını saymaya yarayan içerik çözümlemesi, araştırma konusunun belirli ölçütlere göre sınıflandırılmasıdır (Hansen, 2003; Tavşancıl ve Aslan, 2001). Böylece birbirine benzeyen belli çerçevedeki kavram ve temalar bir araya getirilerek okurun anlamlandıracağı biçimde yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 227).

İçerik çözümlemesi nicel ve nitel olmak üzere ikiye ayrılır. Kimi araştırmalarda her ikisi de uygulanırken kiminde sadece biri kullanılabilir. Bu araştırmada da nitel içerik analizi uygulanmıştır. Kategorilerin belirlenmesi, kavramsal çerçevedeki sözel şiddeti tanımlayıcı argümanlara dayanmaktadır. Bu anlamda "suçlayıcı ifade" ve "yıkıcı eleştiri" kategorileri doğrultusunda çözümlenen içerikler, yine bu kategoriler içerisinde tematik analize tabi tutulmuştur.

#### Suçlayıcı İfade: "Yürüyerek/Sağlam Geldi, Yatalak/Ölü Çıktı"

Doktorlara yönelik içeriklerde en öne çıkan kalıp yargılar "doktor hatası" ya da "doktor ihmali"dir. Bunlar çoğunlukla söylemin bağlamı doğrultusunda olumsuzla yaslanan ve sonucu yargı kararıyla kesinleşmeyen tutumların suçlayıcı bir şekilde aktarılması ve anlatma biçimi olarak da "sağlam geldi ölü çıktı", "yürüyerek geldi yatalak çıktık", "ameliyat oldu sonra öldü" vb. kalıp ifadelerdir ve

Gerbner'in (1972; 1998) da belirttiği gibi en çok temsil edilen, yinelenen, baskın imajlardır. Üstelik bu tür kalıplar Durna ve Kubilay'ın (2010) belirttiği gibi haberin tümünü hatırlamayan okurlar için genel bir çerçeve sunmasından ötürü zihinsel çağrışımları harekete geçirme noktasında yardımcı rol üstlenir. Bu bağlamda aşağıdaki örneklerde doktorlara yönelik ele alınan konulardaki haber başlıklarının bilinen kalıplarla tekrarlanarak yeniden üretildiği ve yaygın görüş haline getirme (ana akımlaştırma) doğrultusunda yansımalar sunduğu söylenebilir.

1.Haber: *Hürriyet*, 21 Ekim 2021 tarihli haber<sup>4</sup>

Ana Başlık: Yürüyerek girdiği hastaneden yatalak çıktı! Darp edildiğini öne sürdü<sup>5</sup>

Alt Başlık: 'Hastaneye yürüyerek girdim sakat çıktım'<sup>6</sup>

Doktorlara yönelik kalıp yargı ve önyargıların başında gelen "doktor hatası" bu haberin temelini oluşturmaktadır. Bu anlamda hasta doktor hatası nedeniyle yürüyemediğini ifade ederek yoğun bakım sürecinde de hemşireler tarafından darp edildiğini öne sürmektedir. Habere göre doktoruna bu durumu soran hasta, doktorun bir sıkıntı olmadığını söylemesine karşılık başka bir hastanede muayene olduğunu ve o doktorun ayaklara giden sinirin kesildiğini belirtmesi üzerine suç duyurusunda bulunduğunu ifade etmekte, hastane yetkilileri ise iddiaları reddetmektedir. Dolayısıyla olay yargı sürecinde olduğu için suç kesinleşmemiştir. Buna rağmen haber sitesi olaya önyargıyla yaklaşarak, hukuki süreç sonlanmadan olumsuz kalıp yargı ve ifadeleri yeniden üretmektedir. Bu anlamda Shanah ve Morgan'ın (2004: 23) da vurguladığı gibi, en tekrar eden ve istikrarlı kalıplar belirlenerek, çoğu medya içeriğinde geçerli olan tutarlı tasvirler ve değerler öne çıkarılmıştır. Bu durum bir sonraki haberde de benzerlik taşımaktadır.

2.Haber: *Sabah*, 23 Ekim 2021 tarihli haber<sup>7</sup>

Ana Başlık: 2 çocuk annesi kadın, estetik ameliyatı sonrası yatağa bağımlı kaldı

<sup>4</sup><https://www.hurriyet.com.tr/gundem/yuruyerek-girdigi-hastaneden-yatalak-cikti-darp-edildigini-one-surdu-41921986>

<sup>5</sup>Haberlerin eleştirel söylem çözümlemesi kapsamında makro-miko yapı çerçevesinde detaylı analizi için bkznz. *Medyada Doktorlara Yönelik Nefret Söylemiyle Mücadelede Yeni Bir Söylem Arayışı*. (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

<sup>6</sup>Tırnak işareti olup olmadığına yönelik vurgular, yazara ait değildir; haberdeki kullanım durumuna göre alınmıştır.

<sup>7</sup><https://www.sabah.com.tr/antalya/2021/10/23/2-cocuk-annesi-kadin-estetik-ameliyati-sonrasi-yataga-bagimli-kaldi>

Alt Başlıklar: 'Eşim yürüyerek gitti', 'Eşim sapa-sağlam gitti'

Birinci haberle benzer bir nitelik taşıyan ikinci haber, "doktor hatası" kalıp yargısı üzerinden hukuki sürecin tamamlanmadan ele alındığı ve yine benzer söylemlerin kullanıldığı bir yapıda kurgulanmıştır. Habere göre estetik ameliyatı için hastane dışından bir doktorla anlaşan kadının, işlem sırasında kalbi durmuş, sonrasında bilinci kapandığı için yatağa bağımlı kalmıştır. Eşiyile yapılan röportajda, söz konusu hastanın "yürüyerek girdiği hastanede yatağa bağımlı hale geldiği" ifadesi ilk haberdeki gibi benzer şekilde tekrarlanmıştır. Bu noktada hasta/hasta yakınlarının dilinden özellikle başlıklara taşınan bu tür kalıp ifadelerin tırnak işaretiyle değerli kılınmasından hareketle, medyanın tarafsızlık iddiasıyla bir profesyonellik anlayışı içinde, söz konusu ifadenin onu aktaranı bağlamadığı ileri sürüle bile, kimin hangi sözüne önem atfedilerek

öne çıkarılması, tarafsızlık iddialarını aşan bir tercih meselesi olduğu hatırlatılmalıdır (Köker & Doğanay, 2010: 65). Dolayısıyla doktor karşıtı bir yaklaşım benimsenen haberde, yine yargı kararı kesinleşmeden mevcut kalıp yargılar olumsuz söylemler üzerinden yeniden üretilmiştir.

Gerbner tüm kitle iletişim araçları ortamında yaygın olarak belirli kitlesel üretilmiş anlamların olduğunu iddia etmiş ve medyada sunulan yaygın anlamların kamu inançlarını geliştirdiğini ileri sürmüştür (Potter, 2014: 1016). Bu açıdan kurumlar, değerlerin ve ilişkilerin kamu gündemini yapılandırır. İnsanlar bu gündemi, başka destekler de varsa, genel olarak mesaj sistemlerinin genel argümanlarıyla uyuma eğiliminde olacak biçimde desteklemek için kullanırlar (Gerbner, 1972: 159). Bu bağlamda aşağıdaki örneklerde de görüldüğü üzere, Twitter kullanıcılarının uyuma eğilimi göstererek kamu gündemi olarak



**Tweet 1**



**Tweet 2**

söylemlerinde, benzer görünümlere sıklıkla rastlandığı vurgulanmalıdır.

#Doktorbakanlığı hashtag'i ile atılan tweetlerin etkileşimleri üzerinden ulaşılan iki tweet, yukarıda örnek verilen haber medyasındaki benzer konuların yansımalarıdır. Özellikle Twitter'da doktor hatasından kaynaklandığı düşünülen mağduriyetlerin dile getirilmesi kolaylaşmaktadır. Zira Çetin'in (2023: 38) de

ifade ettiği gibi; kullanıcılar Twitter ve benzeri platformlarda kendi kimliğini gizleyerek, düşüncelerini daha açık ve sansürsüz biçimde ifade etme fırsatı bulmaktadır. Bu anlamda her iki örneğin de haber medyasındaki olumsuz söylemlerin yeniden üretimi olduğu söylenebilmekle birlikte, bu tür haberlerdeki çerçevelerin -farkında olarak veya olmayarak- insanlarda da benzer bakış açılarına yol açtığını vurgulamak mümkündür. Dolayısıyla bu



nokta, medyalar arası bir etkinin yöndeşmesini gösterebilir. Taşdemir'in (1996) de ifade ettiği gibi medya bir savcı/hakim rolü üstlenip, "suçlu gösterme" eğilimi içerisinde sağlık sorunlarının faturasını hekimlere kestiği için çoğunlukla hasta-doktor ilişkisini hasım kılmakta, onları karşı karşıya getirmekte, çatışma yaratan bir tarzda haberleri sunmaktadır. Konular bu şekilde işlendikçe, hekimlere yönelik güveni sarsarak, insanları kaygı duymaya sevk eden medya, kişilerin kendi hastaları için de "acaba benim hastama da aynı şey mi yapıldı, o da mı hatadan/ihmalden öldü" gibi düşüncelerine neden olmaktadır. İşte yukarıdaki tweetlerde belki de olayın ardalanını bilmeden sadece haberlerden akılda kalanlarla ifade edilenler yer almakta; böylece doktorlar hayat kurtaran değil; hayatta koparan kişiler olarak anılmaktadır. Bu nokta, aslında yaygın ve tekrarlanan kalıplar aracılığıyla yeniden üretilen mesajların, içe geçtiği ve gündelik hayatta yaşanan durumlara ilişkin kanaat oluşturmayı etkilediği ana akımlaştırmaya bir tür örnek niteliğindedir.

1	Söylemin bağlamı	Suçlama
	Yeniden üretilen kalıp yargı	Doktor hatası
2	Söylemde hangi grupların çatıştığı	Doktorlar ve medya profesyonelleri/hasta yakınları
3	Yeniden üretilen olumsuz söylemler	"Yürüyerek geldi, yatalak çıktı" "Sağlam geldi, ölü çıktı"

### Yıkıcı Eleştiri: "İlgilenmeyen Doktorlar"

Doktorlara yönelik bir diğer olumsuz söylem, ilgilenmeme gerekçesi üzerinden kurulmaktadır. Öyle ki keyfi bir ilgilenmeme durumu söz konusuymuşçasına aynı söylem sürekli yeniden üretilmektedir. Ayrıca özel ve yakın bir ilgi beklentisi açığa çıkmaktadır. Bu durum doktorların şiddeti hak ettiğine yönelik bir görüş birliğine kadar varmaktadır.

3.Haber: *Samsun Kent Haber*, 27 Ekim 2021 tarihli haber<sup>8</sup>

Başlık: Samsun'da babası anjiyo olacak hasta

yakını özel hastanede çıldırdı!

Haberde babasının anjiyo olması için yarım saat boyunca doktor beklediğini ve kendileriyle ilgilenilmediğini ileri süren hasta yakının tepkisi ele alınmıştır. Metinde geçen doktorların keyif yaptığı vurgusu, çalışma politikası belli olan özel hastanelerin aldıkları ücretle eşleştirilmiş; böylece insanların sömürüldüğü ima edilmiştir. Hastanede bağırarak çıldırdığı belirtilen hasta yakınının görüntülerini de habere ekleyen site, aslında TikTok'ta paylaşılan bir videoyu metinleştirmiştir. Dolayısıyla olayın bağlamının ne olduğu, iddiaların gerçekliği belli değildir. Bu yönüyle haber, doktorlara yönelik mevcut kalıp yargı üzerinden olumsuz söylemi yeniden üretmiştir.

4.Haber: *Karar*, 18 Ekim 2021 tarihli haber<sup>9</sup>

Başlık: 'Kendi hastalarıyla ilgilenmiyor' diyerek doktora saldırdılar

Sağlıkta fiziksel şiddetten ziyade medya tarafından yeniden üretilen sözel şiddete odaklanılan bu çalışmada, dördüncü habere istinaden her ne kadar vatandaşın uyguladığı fiziksel şiddet kaleme alınsa da şiddetin gerekçesi yaygın bir kalıp yargı üzerinden sunulmuş ve doktorlara yönelik olumsuz bir söylem yeniden üretilerek yıkıcı bir eleştiri de bulunulmuştur. Üstelik söz konusu eleştiri, tarafsızlık normuna uyar nitelikte tırnak içerisinde aktarılsa da, yukarıda da belirtildiği gibi, bu ifadenin seçilmesi bir tercih meselesi olmasından öte, toplumda zaten mevcut bulunan kültürel göstergelerin ekildiği anlamına gelmektedir. Zira Gerbner'a göre her mesaj, fiziksel ve toplumsal ilişkilerin, tarihsel ve toplumsal olarak belirlenmiş somut ifadesidir. İletiler, toplumsal ilişkiler vasıtasıyla ve üretildikleri bağlam içinde anlaşılabilir varsayım ve görüş bildirir. Bu şekilde mesajlar söz konusu ilişkileri ve bağlamları yeniden oluşturarak, kendini tekrarlayan biçimde işlevlerini yerine getirir (2014: 17). Buna göre toplum, aslında medyaya (özellikle de televizyona) veri sağlayan bir ortamdır. Medya hammaddeyi toplumdaki elde eder, onu işler, amaca göre dönüştürür ve yeniden biçimlendirerek topluma gönderir. Toplum ise hammaddesi zaten kendinde bulunduğu için genellikle direnç göstermeden, algılama ve kabul etme sıkıntısı çekmeden özümser

<sup>8</sup> <https://www.samsunkenthaber.com.tr/samsun-da-babasi-anjiyo-olacak-olan-hasta-yakini-ozel-hastane-de-cildirdi/12771/>

<sup>9</sup> <https://www.karar.com/sehir-haberleri/kendi-hastalarıyla-ilgilenmiyor-diyerek-doktora-saldirdilar-1636203->



Tweet 3



Tweet 4

(Güngör, 2016: 114). İşte aşağıda da doktor ilgisizliğine yönelik toplumda var olan göstergeler resmedilmektedir.

Yukarıdaki tweetlerde, doktorların ilgisiz olduğuna yönelik yaygın kalıp yargı ve söylemlerin yeniden üretildiği görülmektedir. Bu tür söylemlerin geçmişten bugüne maruz kalınan medyanın ideolojik etkisinin bir yansıması olduğu söylenebilir. Zira yukarıda da belirtildiği gibi, insanların büyük çoğunluğunun medya dünyasına bağlı olduğu, gördükleri olayları kendi yaşadıklarıyla bağdaştırdıkları ifade edilmektedir. Bu noktada Gerbner'ın da vurguladığı gibi, bildiğimiz veya bildiğimizi sandığımız çoğu şey, aslında başkalarının anlattığı hikayelerden öğrendiklerimizdir. Dolayısıyla bir hikâye anlatıcısı olan medya, çeşitli ideolojileri zihne ekmektedir (1998: 17). Bu anlamda bir grupla ilgili ekilen bilgiler, zihinsel modelde birikim yaptığı için "doktorlar" şeklinde genelleme yapmaya kadar gidebilmektedir. Bununla birlikte Çetin'in aktardığı gibi, kalıplaşarak bir klişeye dönüşen söylemler, "yalan" anlamına da gelmemektedir; hatta doğru olabilmekle birlikte gücünü de buradan almaktadır. Ancak bu doğruyu dondurur ve söz konusu klişeler, konunun, kişinin, kimliklerin diğer yanlarını

tamamen siler. Algıları, onların farklı cephelerini anlamaya ve bilmeye kapatır. Tekrar ise söylemi ezbere dönüştürerek, tek ses haline getirir (Bora, 2021'den aktaran Çetin, 2023: 39). Konunun tek bir yönüne odaklanarak, olumlu birçok noktayı görünmez kılar. Bu anlamda yaşanan en ufak sağlık probleminde sağlık çalışanlarının emekleri göz ardı edilir. COVID-19 süreci, bu durumun en somut örneklerindedir.

Tablo 2. Tematik Analiz

1	Söylemin bağlamı	Yıkıcı eleştiride bulunma
2	Yeniden üretilen kalıp yargı	Doktorların kötü davranışları
3	Söylemde hangi grupların çatıştığı	Doktorlar ve medya mensupları/hasta yakınları
3	Yeniden üretilen olumsuz söylem	"İlgilenmeyen doktorlar"

### Yıkıcı Eleştiri: "Egolu/Burnu Havada Doktor"

Doktorlara yönelik olumsuz söylemler konusunda ağırlıkta olan bir diğer kategori onların davranışlarıyla ilgilidir. Doktorların bağırdığı,

azarladığı, burnu havada, egolu davrandığına ilişkin pek çok yıkıcı eleştiri bulunmaktadır.

5.haber: *Haber Erk*, 29 Temmuz 2022 tarihli haber<sup>10</sup>

Ana Başlık: Canavarca doktor muamelesi

Alt Başlıklar: Canavarca doktor muamelesi olur mu?

Canavarca doktor muamelesi karşısında şok oldum

Haber Erk sitesinde yayımlanan haberin içeriği incelendiğinde, aslında bir gazetecinin kendi kişisel sayfasında kaleme aldığı yazının haber konusu yapıldığı görülmektedir. Gazeteci, başından geçen bir olayı anlatmakta, haber sitesi de metnini bu yazıdaki kişisel görüşlere göre yapılandırmaktadır. Metinde söz konusu gazeteci, yeni açılan bir hastanede yaşadığı deneyimi "edepsizliğin ve saldırganlığın merkezi" olarak değerlendirmiş ve acil servise başvurduğu hastanede "asabi bir bayan doktorun" bağırıldığını, kendini parçaladığını, emirler verdiğini, acil müdahale yapmayı bırak tüm personelle "koy koy" yaptığını anlatarak, COVID-19 salgın sürecinde halkın sağlık çalışanlarına yaptığı övgünün onları havalara sokarak burunlarını kaldırdığı gibi daha pek çok olumsuz ve yıkıcı eleştirilerde bulunmuştur. Belirtildiği gibi salgın sürecinin "başları", hekimlerin büyük özverilerinden dolayı destek gördüğü bir dönemdir. Ancak destek dönemi kısa sürmüş, aynı sorun nüksetmiş, doktorların bu dönem boyunca

yaşadıkları yıpratıcı ve yorucu süreç çok hızlı unutulmuştur (Bahçecioğlu, 2022c). Bu anlamda haber sitesi de bir gazeteci yazarın kişisel değerlendirmelerini, haber metni haline getirmek için yeterli bulmuş, salgın başlangıcındaki destek haberleri önemini yitirir hale gelmiştir.

6.Haber: *Mersin Hakimiyet*, 1 Temmuz 2021 tarihli haber<sup>11</sup>

Başlık: Doktor egosu hastayı canından ediyordu

Bir acil serviste yaşananlara ilişkin hasta yakınının anlattıkları üzerinden pek çok iddianın yer aldığı haber metninde, başlığa taşınan temel yargı "doktor egosu"dur. Karmaşık bir şekilde anlatılan olayda, hasta yakınının doktora 20 dakikadır bekletildiğini ifade ettikten sonra güvenlik görevlileri tarafından acil servisten çıkarıldığı, yeniden hastasını görmek istediğini belirtmesi üzerine ise doktorun talimatı sebebiyle içeriye alınmayacağı bilgisinin verilmesi, doktor egosuna bağlanmıştır. Haberin sonunda söz konusu hastanın iyi olduğu bilgisi yer alsa da başlıkta verilen olumsuz bilgi, daha önce de belirtildiği gibi, doktorlarla ilgili genel bakış açısının göreceli ortaklığını temsil etmektedir. Zira doktorların davranışlarıyla ilgili buna yönelik birkaç haber okunduğunda, verilen mesaj zihinde yetişerek, benzer bir belirtide kişinin olayı tanımlamasına yardımcı olacaktır. Bu anlamda aşağıdaki tweetler, tıpkı Morgan ve arkadaşlarının (2015: 19) sosyal medya platformlarında geleneksel yetiştirme modelinin



**Tweet 5**

<sup>10</sup><https://www.habererk.com/gundem/canavarca-doktor-muamelesi-h149699.html>

<sup>11</sup><https://www.mersinhakimiyet.com/haber/11729/doktor-egosu-hastayi-canindan-ediyordu.html>



### Tweet 6

uygulanabilirliğini ele aldıkları çalışmalarında belirttiği gibi, Twitter, kurumların tutarlı bir şekilde yeniden ürettiği imge, tasvir ve değerlerin toplamına katkıda bulunmaktadır.

1	Söylemin bağlamı	Yıkıcı eleştiride bulunma
	Yeniden üretilen kalıp yargı	Doktorların kötü davranışları
2	Söylemde hangi grupların çatıştığı	Doktorlar ve medya mensupları/hasta ve yakınları
3	Yeniden üretilen olumsuz söylemler	"Egolu/Burnu Havada Doktorlar"

### Sonuç

Sağlıkta şiddet, insanın sağlığını ve yaşamını korumayı amaç edinen bir meslek grubuna yönelik oluşan ve bu yönüyle toplumun bütününde yaşanan şiddet olaylarından farklı bir yerde duran, ağır ve yıkıcı etkilere sahip toplumsal bir sorundur. "Sağlıkta şiddet" denildiğinde hep toplumun yaklaşımları öne çıkarılsa da aslında öncelikle sağlık çalışanlarına -bilhassa da doktorlara- yönelik konuları önyargıyla değerlendiren, kalıp yargılarla olumsuz söylemleri yeniden üreten haber medyası ele alınmalıdır. Zira toplumun hem düşünce yapısını besleyen hem de toplumdaki şiddeti derinleştirme noktasında önemli bir rolde bulunmakta; bunu da sözel şiddet üzerinden yapmakta, kitlelerin etkiye açık olan psikolojik yapısını kontrol altında tutmaktadır. Böylece medya, insanların doktorlar hakkında ne düşüneceklerini belirleyebilmektedir.

Doktorlara yönelik sözel şiddet kapsamında suçlayıcı ve yıkıcı eleştiriler içeren örnekler

sunan bu çalışma, medya psikolojisi çerçevesiyle etki paradigmasına yoğunlaşmakta ve ortaya konan veriler Gerbner'in Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında mesaj sistem çözümlemesi üzerinden yöndeşme kültürünün yapısıyla yorumlanmaktadır. Haber medyasıyla sosyal medyanın çakıştığı, eşik bekçileriyle Twitter kullanıcılarının öngörülmez seviyede güçlerinin çarpıştığı bu kültürde, yaygın ve tekrarlanan kalıplar, benzer bakış açılarının göreceli ortaklığına işaret etmektedir. Medyadaki mesaj sistemi, hikâye anlatma potansiyeli dolayısıyla tutarlı imgeler, tasvirler, değerler geliştirerek, çeşitli söylemleri yeniden üretir ve bunları yaygın görüş (ana akım) haline getirir. Bu anlamda zihni ekilen yaygın görüşler, doktorlara yönelik söylemlerin de yönü belirlenmektedir. Zira kişiler, bir belirti olarak algıladığı kendi deneyimiyle birlikte, medya akışından çıkarsadığı ve günlük hayatına anlam katan kaynaklara dönüştürdüğü bilgi taneciklerinden kişisel mitler yaratır, dolaşıma çıkarır, tepkilerini aktarır; böylece tayin edilen yöne uygun olarak benzer söylemi yeniden üretir ve bu süreç çoğunlukla karşılıklıdır. Yani toplumda zaten doktorlara yönelik belli bir bakış açısı ve bu bakış açısının getirdiği kalıplar vardır. Haber medyası ise -özellikle son yıllarda- toplumdaki aldıkları hammaddeyi işleyip yeniden topluma ekmekte ve bu doğrultuda doktorlara yönelik yeni inançlar ekmekten çok yaygın düşünceleri empoze etmekte, mevcut algıları pekiştirmektedir. Dahası, doktorlarla herhangi bir kötü deneyim yaşamamış kişiler için de onlar hakkında ne düşünüleceğine ilişkin bir öngörü sunulduğu ve bu öngöründen önyargı oluştuğu da söylenebilir. Bir belirtiyile eşleşen tüm bu önyargılar ise sosyal medyada doktorlara yönelik bir gündem oluşturmayı kolaylaştırmaktadır. Bu noktada haber medyasında ele alınan olayların yargı kararı ke-

sinleşmeden hasta yakınlarının iddialarıyla tek taraflı kaleme alınması, zaten önyargılı bir yaklaşımdır. Yani önyargıdan yeni bir önyargı doğmaktadır. Jenkins'in (2016) de belirttiği gibi medyada yansıtılan herhangi bir konu (doktorlar) hakkında konuşmak için bir teşvik oluşur ve bu sohbet artan oranda medya endüstrilerinin değer verdiği bir "fısıltı" haline gelir. Günümüzde doktorlarla ilgili olumsuz söylemler içeren bu fısıltı, güçlü bir sese bürünmekle birlikte zihinsel bir model olarak birikenlerin yeniden üretimine, hatta davranışsal edimlere dönüşmektedir. Böylece yıllardır hekimlik mesleğinin üyeleri hakkında tekrar tekrar benzer şeyler yeniden üretildikçe, kalıp yargılar doğrultusunda önyargılı yaklaşımlar açığa çıkmış, "biz" ve "doktorlar" şeklinde ikili karşıtlıklar oluşmuş ve aslında bunlar sonucunda doktorlara yönelik bir nefret söylemi hasıl olmuştur. Üstelik doktorlara yönelik tekrarlanan bu mesajlar -tıpkı Gerbner'in (2014) da değindiği gibi- medya organlarının adeta ritüeli haline gelir. Bu ritüel toplumsal söylem için oluşturulmuş daha örtük ve yayılğan bir şekilde bulunduğu için görünmezdir.

Bu çalışmada temel alınan Kültürel Göstergeler Projesi'nin çok kapsamlı ve geniş bir araştırma sahasının olması, tüm süreçleri gerçekleştirmeyi zorlaştırmıştır. Buna rağmen çalışmanın özgün bir konuyu ele alması ve yukarıda belirtilen yeni medyanın, gelecekteki mevcut modellerle kesişme, destekleme veya yapı bozuma uğratma gibi unsurlar çerçevesinde genişletilmesi gerektiği vurgusu doğrultusunda önemli bir adım olduğu söylenebilir. Bununla birlikte söz konusu geleneksel modelin orijinalliğine sadık kalma amacıyla, çalışmada sosyal medyada bizzat toplumun üyeleri olarak tweet atan kullanıcıların paylaşımları da mesaj olarak değerlendirilmiş ve mesaj sistem çözümlemesi çerçevesinde irdelenmiştir. Çünkü projenin orijinalinde Gerbner vd., yetiştirme çözümlemesinde izleyicilerle ya görüşme yapmış ya da anket uygulamıştır. Medyanın yetiştirme rolünü anlamak içinse katılımcılara doğrudan televizyon hakkında düşüncelerini sormaya özen göstermiştir. Zira katılımcılar sorulara kaynaklık edenin televizyon olduğunu bildiklerinde, verecekleri yanıtlar yönlendirici nitelik taşıyabilir. Gerbner ve diğer araştırma-

cılar, katılımcıların direkt etkilenmesinden kaçınmıştır. O halde Twitter'da doğrudan doktorlara yönelik olumsuz söylemlerle ilgili araştırmaya dahil olduğunu bilmeyen kullanıcılar, yetiştirme analizi için veri sağlamış olabilir. Bu durum mevcut modele güncel bir tartışma sağlayabilir. Burada tek sorun, kullanıcıların medyaya maruziyet sürelerinin bilinmemesidir.

Bu çalışma medya psikolojisi bağlamıyla haber medyası ile Twitter'da düşüncelerini paylaşan insanların doktorlara yönelik olumsuz söylemlerinin karşılıklı etkisini ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırmanın özgün olması, bazı eksikliklere neden olabilir. Örneğin haber verilerini elde etme noktasında rastgele tarama yapılması, farklı ideolojileri barındıran kurumların incelenmesine engel teşkil edebilir ya da etki değeri az olan yerel sitelerin örnekleme dahil edilmesine yol açabilir. Dolayısıyla bundan sonraki çalışmalarda farklı ideolojilere sahip ana akım medya organlarındaki mesaj üretim süreçleri dikkate alınabilir. Ayrıca sosyal medya insanların kişisel düşüncelerini öğrenebilmek ve bu düşüncelerden elde edilen verilerle (hammaddelerle) haber yapmak için güçlü bir mecra olsa da haberlerde doktorlara yönelik olumsuz söylemlerin yeniden üretilmesi, bu mecraların sosyal hayata girdiği an itibarıyla başlamamıştır. Bu yüzden bundan sonraki çalışmalarda sorunla ilgili sosyal medya öncesine dayanan bir araştırma yaparak haber söylemlerini ortaya koymak, belki de geçmişte günümüze haber medyasının "uzun vadede"ki etkisini gözler önüne serebilir. Ayrıca gerekli izinler sonrasında hastanelerde, hasta ya da yakınlarıyla konuyla ilgili görüşmeler yapmak, yetiştirme çözümlemesi aşamasına büyük katkılar sunabilir. Bu açıdan konu geliştirilmeye açıktır.

### Extended Abstract

Violence in health, as a social problem, is not a physical act that doctors are exposed to only in working environments. Today, although "violence in health" is considered as a physical brute force perpetrated by the patient or their relatives in the hospital, or even as an action that can end with death, it finds a deeper place in professional media organs through verbal violence. Because the content produced about doctors for years has become so ossified and so ordinary that it has never

been talked about an effect on the doctor's identity in the subconscious. Therefore, first of all, media organs that reproduce stereotypes against doctors, evaluate events with prejudice and feed the society's mentality by causing marginalization due to these should be addressed and a dual review on professional and individual media organs. Because society already has a negative mindset towards doctors; however, the news media also gets and processes the existing raw materials and reproduces them, both instigating and imposing existing approaches on everyone. Thus, both verbal and physical violence against doctors is increasing. It is possible to understand the reflections of this from both the events in physical violence and the similarity of the language of discourse in social media. This study aims to reveal the role of news media and social media organs in verbal violence against doctors in the context of media psychology and convergence culture.

When individual and social interactions are taken into account, it should be mentioned that there is an inseparable link between the media and psychology or the discourse created by both. Because in both fields, there is an effort to make sense of the world surrounding people and an effort to explain them. Media psychology, which adds value to every point where human behavior intersects with media technologies, plays an important role in understanding the effects of technology. The aim of media psychologists is to seek answers to various questions by combining an understanding of human behavior, cognition and emotions with an equal understanding of media technologies. Discussing this process, especially in terms of journalism and media, and defining it with certain codes will help to see the place of the media in a more "transparent" way today. This concept, which is called media psychology, includes the psychological meanings, processes and power that the media carries within itself. In summary, media psychology is a field that examines certain psychological elements, shaped around topics such as "media effects", "media selection", "media reception", "computer-mediated communication", "virtual environment". However, the concept of media psychology describes a process created by the mainstream media, which doub-

les its power as a result of the development brought about by new communication tools, in order to influence and direct the masses. In addition, media psychology represents an area where social media is also included in the process as a result of the opportunities provided by the new media. So much so that certain concepts surrounding and supporting this field draw a framework that makes the process more visible. Undoubtedly, one of the most important of these concepts is the convergence culture. Convergence is not just a simple technological change; It is a concept that encompasses industrial, cultural and social changes in relation to who is talking about what. In other words, existing technologies cover the changes in the way the media is produced and consumed by affecting the relationship between these areas and the masses. In the convergence culture, it is not just the participants; The communication environments in which they interact are also an extension of this structure. This complex structure creates a convergent media at the point where old and new media collide. Convergence with this perspective also implies a cultural change that enables people to establish relationships between dispersed media contents, rather than their desire to reach new information. Because convergence is about people's minds, their interactions with others. Therefore, the first cultural effect of convergence is the reaction to events, along with the acceleration in the participation process. While this may sometimes be in the form of a positive/negative response to media content, sometimes it can take an unexpected turn. As a result, in a convergence culture where traditional and new media intersect, professional media and public media collide, and the forces of media producer and media consumer collide at an unpredictable level, people reproduce, circulate and convey their content by interacting through complex network structures. Media psychology, on the other hand, includes all these processes; , it reflects an understanding that reconstructs reality and shapes the mental process of the individual.

This study reveals that stereotypes such as "doctor's mistake", "doctor's negligence" and the bad behavior of doctors, which are rooted in the media, spread through the language

ge of the news, and that events are evaluated with prejudice, reproduced and therefore affect the society through similar stereotypical expressions. In this context, the discourses of the news and Twitter users were analyzed through message system analysis within the scope of George Gerbner's Cultural Indicators theory. While the research covers the two years period following the pandemic process, the news data were reached by random scanning method, and the interactions of the "doctor"-themed hashtags were taken into account in the Twitter data. After the examinations, it has been determined that there is a parallelism between the news discourse towards doctors and the discourse of Twitter users. Thus, as similar things have been reproduced over and over again about members of the medical profession over the years, binary oppositions have emerged as "us" and "doctors", and in fact, a hate speech towards doctors has emerged as a result.

### Kaynakça

- Akdenizli, B. (2012). Gazete Haberciliğinde İçerik Çözümleme Yöntem ve Tekniği: Sunum ve Temsil Üzerine Bir Uygulama ve Değerlendirme. Ö. Güllüoğlu içinde, İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Yazılı Metin Çözümleme (s. 133-163). Ankara: Ütopya.
- Albay, A. (2023). Sağlıkta Şiddet Üzerinde Kitle İletişim Araçlarının Etkisi: Sosyal Çğrenme Kuramı Perspektifinde Hasta ve Sağlık Çalışanları Bakış Açılarının Karşılaştırılması. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Abanoz, E. (2013). Bilgi Toplumunda Yöndeşmenin Haber Üretimi Süreci Üzerindeki Etkisi: Haber Ajansı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Alemdar, K., & Kaya, R. (1983). Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar. Ankara: Savaş.
- Annagür, B. (2010). Sağlık Çalışanlarına Yönelik Şiddet: Risk Faktörleri, Etkileri, Değerlendirilmesi ve Önlenmesi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 2(2), 161-173.
- Arıkan, K. (2019). Sağlık Çalışanlarının Şiddete Uğrama Durumunda Beyaz Kod Vermedeki Bilgi, Tutum ve Davranışları ve Sağlık Çalışanlarının Sağlıkta Şiddeti Önleme Konusundaki Önerileri. İstanbul: Sağlık Bilimleri Üniversitesi Okmeydanı Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi Tıpta Uzmanlık Tezi.
- Arpat, H. (2016). Medya ve Sağlık. Toplum ve Hekim, 31(2), 83-84.
- Attar, G. E. (2017). Türkiye'de Hekimlere Yönelik Şiddet: Bir Temellendirilmiş Kuram Analizi. Sosyoloji Dergisi, 37(1), 157-178.
- Ayten, A. (2014). Yöndeşme ve Gazetecilik. M. Demir, içinde, Yeni Medya Üzerine. (s. 93-120). İstanbul: Literatürk Academia.
- Bahçecioğlu, E. H. (2022a). Yeni Medyada Doktorlara Yönelik Nefret Söylemi: İnternet Haberciliği Örneği. N. Güngör içinde, 9. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu (16-18 Mayıs 2022), (s. 70). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Yayınları.
- Bahçecioğlu, E. H. (2022b). Medyada Doktorlara Yönelik Nefret Söylemiyle Mücadelede Yeni Bir Söylem Arayışı. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Bahçecioğlu, E. H. (2022c). Sosyal Medyada Covid-19 Salgını Sürecinde Sağlık Çalışanlarına Yönelik Önce Destek Sonra Nefret Söylemi. TRT Akademi, 7 (15), 498-531. DOI: 10.37679/trta.1100897 -
- Bahçecioğlu, E. H. (2024). İnternet Haberciliğinde Doktorlara Yönelik Nefret Söylemi. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 9(17), 17-40.
- Bak, G., Altıntop, M. & Bak, A. (2020). George Gerbner'in Genel İletişim Modeli, Kültürel Göstergeler Ve Ekme Kuramı. Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(25), 484-492.
- Bayraktar, T. (2021). The Evaluation of Workplace Violence Against Doctors in Terms of Violence Type: A Study in Kocaeli Province. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), 569-590.
- Bilici, N. (2020). Sağlıkta Şiddette Medyanın Rolü. IDUHeS, 3(1), 52-72.
- Cevher, R. (2024). Yetiştirme Kuramı: Web Tabanlı Dijital Platformların İnsanların Sosyal Gerçeklik Kavramlaştırmaları ve Dünya Algılamaları Üzerindeki Rolü. Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Cohen, Z. P. (2014). Fiziksel ve Sözel Şiddet Davranışı ile Öfke Düzeyi ve Dürtüsellik Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi. İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çam, A & Yılmaz, A. S. (2013). Papergirl: Yöndeşik

- Kültürün Bir Örneği Olarak Küresel Sanat Ağı Projesi. Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi, (s. 513-524), Kocaeli
- Çetin, S. (2023). Ekşi Sözlük'te Nefret Şöylemi: İklim Aktivisti Greta Thunberg Örneği. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(1), 35-47.
- Çiftpınar, B. (2003). Dil ve Sözel Şiddet. Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi, 4(5), 45-57.
- Doruk Şahin, Ö. (2020). George Gerbner'in Yetiştirme Kuramına Özgün Bir Katkı: "Kamular Türkü Söyleyin". Etkileşim, 6, 200-204. Doi: 10.32739/etkilesim.2020.6.82
- Durna, T., & Kubilay, Ç. (2010). Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri. T. Durna (Der.) içinde, Medyadan Söylemler (s. 47-81). İstanbul: Libra.
- Ekmeçioğlu, G. (2019). Ekme-Yetiştirme Kuramı Bağlamında Kırşehir Örneğinde Medyada Kadın Algısı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ercan, E. & Demir, F. (2015). Yetiştirme Kuramı: Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi'nde Yapılan Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(3), 127-144.
- Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlatığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme. Kültür ve İletişim, 1(2), 149-180.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2002). *Öteki Kuram*. İstanbul: Erk.
- Erdoğan, İ. (2014). *Medya Teori ve Araştırmaları*. İstanbul: Erk.
- Fejes, F. (1994). Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri Yokolan İzleyici Sorunu. (M. Küçük, Çev. ve Der.) İçinde Medya İktidar İdeoloji (s. 251-270). Ankara: Ark Yayınevi.
- Gökçe, O. (2002). *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan.
- Gültekin, M. (2017). *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*. İstanbul: Pınar.
- Güngör, N. (2016). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal.
- Gates, D. M. (2004). The Epidemic of Violence Against Healthcare Workers. OEM <https://oem.bmj.com/content/oemed/61/8/649.1.full.pdf> (Erişim Tarihi: Mart 2023)
- Geçer, E. (2019). Medya İçeriğinin Psikolojisi: Kuramsal Bir Altyapı. TRT Akademi, 4(8), 410-427.
- Gerbner, G. (1972). Communication and Social Environment. Scientific American, 227(3), 152-162.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. Journal of Communication, 26(2), 173-199
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No. 11. Journal of Communication, 30(3), 10-29. doi:10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorelli, N. (1982). Charting The Mainstream: Television's Contribution Stopolitical Orientations. Journal of Communication, 32(2), 100-127.
- Gerbner, G. (1998a). The Stories We Tell. Kültür ve İletişim, 1(1), 17-130
- Gerbner, G. (1998b) Cultivation Analysis: An Overview. Mass Communication and Society, 1:3-4, 175-194, DOI: 10.1080/15205436.1998.9677855
- Gerbner, G. (2014). Medyaya Karşı. (M. Morgan Der.), (G. Ayas, V. Batmaz ve İ. Kovacı, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Hansen, A. (2003). İçerik Çözümlemesi. (M. S. Çebi, Der.), İletişim Araştırmalarının İçerik Çözümlemesi (s. 49-102). Ankara: Alternatif.
- İlhan, M. N., Çakır, M., Tunca, M. Z., Avcı, E., Çetin, E., Aydemir, Ö. & Bumin, M. A. (2013). Toplum Gözüyle Sağlık Çalışanlarına Şiddet: Nedenler, Tutumlar, Davranışlar. GMJ, 24(1), 5-10.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya Teknolojileri ve Hayran Kültürü*. (N. Yeğengil, Çev.) İstanbul: İletişim.
- ILO, I., & WHO, P. (2002). *Framework Guidelines for Addressing Workplace Violence in The Health Sector*. Geneva: Joint Programme on Workplace Violence in the Health Sector.
- Köker, E., & Doğanay, Ü. (2010). *İrkçilik Değilim Ama... Yazılı Başında İrkçi-Ayrımcı Söylemler*. Ankara: İHOP.
- Köknel, Ö. (2000). *Bireysel ve Toplumsal Şiddet*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Karakaş, L. (2022). *Sağlıkta Şiddet Araştırmaları*



- Üzerine Aistematik Bir Derleme. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karataş, S. & Karataş, İ. (2024). Yetiştirme Kuramı'nın Dünü ve Bugünü: Bibliyometrik Bir Analiz. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e- gifder), 12(1), 152-170
- Karımoglu, F. (2019). Ekme Kuramı Bağlamında Türkiye ve Azerbaycan Çocuk Televizyonlarının Karşılaştırılması. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kaya, K. & Köken Tok, Ö. (2021). Sağlıkta Şiddetin Bir Başka Yüzü: Medya Etkisi. Harran Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 18(2), 217-220. DOI: 10.35440/hutfd.912615
- Lasswell, H. D. (1938). Propaganda Technique in The World War. Google digitized.
- Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar. (A. Toprak, Çev.) İstanbul: Kalkedon.
- Michaud, Y. (1995). *Şiddet*. (C. Muhtaroglu, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Milburn, M. A. (1998). Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset. (A. Dönmez ve V. Duyan, Çev.) İstanbul: Imge.
- Mora, N. (2011). Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim. Ankara: Nobel.
- Morgan, M., Shanahan, J. & Signorielli N. (2015) Yesterday's New Cultivation, Tomorrow. Mass Communication and Society, 18(5), 674-699. doi: 10.1080/15205436.2015.1072725
- Mutlu, E. (2016). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. (2. Baskı). Ankara: Ütopya.
- Mutlu, E. (2017). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ütopya.
- Noelle-Neumann, E. (2014). Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı. (S. İrvan, Der.), içinde, Medya Kültür Siyaset. (3.Baskı), (s. 273-283). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Oktay, M. (1996). Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişimin Yöntem ve Araçları. İstanbul: Der.
- Oğuz, C. (2018). İletişimde Yeni Bir Kavram: Medya Psikolojisi. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(12), 87-108.
- Özçetin, B. (2020). Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller. İstanbul: İletişim.
- Özer, Ö. (2005). Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 75-108.
- Özer, Ö. (2011). Haber Söylem İdeoloji. İstanbul: LT Literatürk.
- Özer, Ö. (2021). Yetiştirme Kuramı: Televizyon ve Twitter'ın Yetiştirme Rolüne Yönelik Türkiye'de Yapılan Bir Araştırma, Global Media Journal TR Edition, 11(22), 36-63.
- Özer, Ö. (2024). Medyada Şiddetin Temsili. TRT Akademi Dergisi, 9(20), 5-33.
- Pakkan, Ş. (2016). Haberin Siyasal İletişim Aracına Dönüşümü ve Türk Yazılı Basınında Seçim Dönemi Haberciliğinde Algı Yönetimi Uygulamaları. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Pamukçuoğlu, M. (2017). Medyanın Toplumsal Algı Yönetimindeki Rolü. İstanbul: İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Polat, Ö. & Çırak, M. (2019). Sağlıkta Şiddetin Beyaz Kod Verileri ile Değerlendirilmesi. Bakırköy Tıp Dergisi, 15, 393-398.
- Potter, W. J. (2014). A Critical Analysis of Cultivation Theory. Journal of Communication, 64(6), 1015-1036.
- Rutledge, P. (2010, June). What is Media Psychology? And Why You Should Care. Media Psychology Research Center: <https://www.apadivisions.org/division-46/about/rutledge-media-psychology.pdf> (Erişim Tarihi: Şubat 2023)
- Saines, J. C. (1999). Violence and Aggression in A&E: Recommendations for Action. Accident&Emergency Nursing, 7(1), 8-12.
- Saltık, R. (2021). Siberpsikoloji Çağında Mutluluk Belleği: Deneyimlenen Mutluluğun Sosyal Medyada Dönüşümü. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Sargın, B. (2019). Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Yapılan Araştırma. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Saydam, A. (2005). İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi. İstanbul: Rota.
- Sezen, D. (2011). Katılımcı Kültürün Oluşumunda Yeni Medya Okuryazarlığı: ABD ve Türkiye Örnekleri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Shanahan, J., & Morgan, M. (2004). *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shrum, L. J. (2017). Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1-12.
- Supe, A. (2017, April). Violence Against Doctors Can Not Be Tolerated. [https://www.researchgate.net/publication/317887758\\_violence\\_against\\_doctors\\_can\\_not\\_be\\_tolerated](https://www.researchgate.net/publication/317887758_violence_against_doctors_can_not_be_tolerated) (Erişim Tarihi: Mart 2023)
- Sydygaliva, M. (2017). George Gerbner'in Kültürel Göstergeler Yaklaşımı Işığında "Muhteşem Yüzyıl" Dizisinin Kırgız Kökenli İzleyicilerin Kültür Anlayışları Üzerindeki Etkisi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Taşdemir, O. (1996). *Medya ve Hekim İlişkileri*. XII. Ulusal Kardiyoloji Kongresi. Antalya.
- Tavşancıl, E. & Aslan, A. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon.
- Taylan, H. (2011). Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 355-367.
- Taylan, A. & Ünal, R. (2017). Ana Akım Medyada Şansasyonel Habercilik: Sağlık İletişimi Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 27-44.
- Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2004). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Derin.
- TTB (2007). *Şiddet Sempzoyumu*, (Eylül, 2007). Ankara: Türkiye Tabipler Birliği Yayınları:
- TTB (2024). *Sağlıkta Şiddet Çalıştayı Çalıştay Raporu*, (Mayıs-2024). Türkiye Tabipler Birliği Yayınları: Ankara.
- Tokgöz, H. (2019). *Sağlık Çalışanlarına Yönelik Şiddet: Tekirdağ İl Sağlık Müdürlüğü Kurumlarında Sağlıkta Şiddet Vakaları*. Tekirdağ: Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ulusal, D. (2022). Gerbner'in Ekme Kuramı Bağlamında "Müge Anlı İle Tatlı Sert" Programının Alımlama Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (58), 1-17.
- Utma, S. (2018). Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel sayı 3), 2903-2913.
- Uğurlu, H. (2022). *Sağlıkta Şiddete İlişkin Bir Araştırma*. Yozgat: Yozgat Bozok Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Weitz, R. (2007). *The Sociology of Health, Illness and Health Care a Critical Approach*. USA: Thomson.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları Ege men ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (5. baskı). Ankara: Seçkin.
- Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(2), 230-253.
- Yıldırım, F. E. (2017). *Medya Psikolojisi Bağlamında İnternet Kullanıcılığı ile Oluşan Endişeler: Mahremiyet Endişesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Yılmaz, H. M. (2020). *Kitle Psikolojisi, İdeoloji ve Etki Paradigması*. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yiğit, A. & Uğurluoğlu, D. (2020). Türkiye'de Hekime Yönelik Fiziksel ve Sözel Şiddet Düzeyinin Meta Analiz Yöntemiyle Belirlenmesi. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 7(1), 99-111.
- Yüksel, A. H. (1994). *İkna Edici İletişim*. Eskişehir: Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı.